

enlace
coneicc

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

CCC

AI

1025

Caja 10

NUMERO

6

**SEGUNDO
SEMESTRE
1992**

**Nueva
Epoca**

EDITORIAL	2
DE LA PRESIDENCIA. Espíritu Tónico.	3
INTEGRACIÓN E IDENTIDAD LATINOAMERICANA.	
Una misma TELEvisión para América Latina	4
Políticas de Comunicación para una integración	6
Qué papel juegan los MCC	8
Carta a los Ministros de Cultura de AL y el Caribe	10
El Cartel Oficial. Encuentro Seminario de cine.	12
La UAP, la FELAP, y el Gobierno de Puebla organizaron un seminario sobre los Medios de Comunicación en México	13
Nota sobre el Concurso Nacional de Investigación <i>Telemundo</i> - <i>RTC</i>	13
Calidad Total en Educación	14
De la Comunicación y De Nuestras Universidades.	15
Moles, enlaces, redes, mensajes y transacciones.	16

NUMERO ESPECIAL
VII ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL

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 Ruiz
Universidad de Guadalajara

Coordinador de Documentación

Mtro. Raúl Fuentes
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.

Coordinador de Difusión

Lic. Mauricio Guerrero
Centro Avanzado de Comunicación A.C.

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 Epoca
Número 6, segundo 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 respon-
sabilidad del autor. Para cualquier asunto relacionado con
este boletín dirigirse al editor responsable Lic. Mauricio
Guerrero.
Colaboraciones especiales Florina Piña Cancino, Mayela
Delgadillo Bárcena y María de los Angeles Servín Horta.
Diseño de Portada: Florina Piña Cancino
Auspició la impresión la Vocalía del Valle de México del
Consejo. Impresión SESIAB, S.A. de C.V.

EDITORIAL

Este número de ENLACE, esta dedicado casi en su totalidad al análisis de dos temáticas fundamentales IDENTIDAD E INTEGRACION Latinoamericana; temática eje de nuestro VII Encuentro.

Nos hemos acercado a explorar las complejidades de nuestro ser y nuestra esencia latinoamericana de manera preliminar, ya que de manera substancial lo haremos precisamente en el marco del magno evento, durante estos próximos días; nuestro país, y más específicamente Acapulco, será durante una semana, en el mes de Octubre, del 26 al 30; la capital de la Comunicación Latinoamericana.

Directivos, profesores, investigadores y estudiantes de más de 300 Escuelas y Facultades de Periodismo y Comunicación Social de 22 países de América Latina, España, Portugal y Estados Unidos; delegados y directivos de más de 40 organismos latinoamericanos de comunicación y desarrollo, todos preocupados por la discusión.

En el evento tendremos la envidiable oportunidad de discutir, analizar, reflexionar en torno a estas dos complejas temáticas.

Diferentes ópticas, puntos de vista y tendencias tendrán cabida para, sin duda generar un avance en nuestra actividad comunicativa, en varias de sus vertientes: papel de los medios, políticas culturales y producción e investigación.

Este foro, que tendrá como sede al Centro de Convenciones de Acapulco, tendrá una relevancia mayor con tu entusiasmo y participación.

Este VII Encuentro Latinoamericano de Comunicación Social, y los demás eventos que se generan en paralelo, serán viva imagen, voz, ENLACE y participación de nuestra Latinoamérica. Son testimonio y producto del trabajo cotidiano de facultades y escuelas, son estímulo para alumnos, docentes e investigadores.

El VII Encuentro es nuestro ENLACE y el escenario de nuestras representaciones, Acapulco será estos días la capital Latinoamericana de la Comunicación.

BIENVENIDOS



DE LA PRESIDENCIA

EL ESPIRITU TONATICO

En nuestra última asamblea, celebrada en Tonatico, Edo. de México, se revisó el Documento Tonatico cuyo principal objetivo era el de ofrecer a los miembros integrantes del Consejo una propuesta para discutir el sentido de nuestra organización, con el fin de darle mayor consistencia y fortaleza a su tarea central que es la de propiciar la elevación de los niveles académicos de la enseñanza y la investigación de la Comunicación en nuestro país. En cuanto a ello, el objetivo fue alcanzado: sin lugar a dudas se registró un nutrido debate en el cual se externaron diferentes posiciones sobre el documento y en el que, sobre todo, se puso de manifiesto el vivo interés de todas las partes por la función que tiene nuestra organización en torno al desarrollo de nuestra disciplina.

Una de las críticas más fuertes que se hicieron al documento fue que se apreciaba en él un espíritu coercitivo, punitivo. Sea tal vez por falta de claridad en la redacción; sea, quizás, porque hoy en día la mayoría de las instituciones educativas ven con temor el paso de cualquier organismo evaluador, como es el caso de CONACYT que con la finalidad de identificar postgrados llamados de «excelencia» cometieron serios errores pues terminó por calificar en muchos casos a quienes no lo merecían y por descalificar a quienes lo merecían menos; sea, probablemente, por ambas razones, pero lo cierto es que se prestó mayor atención a la parte de las sanciones que a lo que de fondo se planteaba. Ante esto, es necesario hacer un par de aclaraciones:

1) El Documento Tonatico no era un proyecto llevado a la Asamblea para ser votado. Como en su párrafo inicial estaba dicho, lo que allí se ofrecía era sólo una primera propuesta, una primera idea para arrancar la discusión. De acuerdo con esto, fue un documento relevante: pocas veces se ha propuesto a la Asamblea una revisión crítica del sentido de nuestro Consejo con el fin de identificar rumbos que nos permitan otorgarnos una nueva definición para hacer frente a las profundas necesidades que aquejan hoy a las instituciones encargadas de formar profesionales de la Comunicación.

2) Lo que menos pretendía esa revisión, era convertir al Consejo en un organismo

punitivo, preocupado más por eliminar de su seno a instituciones que por encontrar fórmulas para su separación.

Más que adentrarnos en la discusión puntual del documento, tal vez sea más conveniente tratar de recuperar lo que es su espíritu: la pretensión de hacer que nuestro Consejo profundice las labores que le corresponden en su calidad de instrumento de separación académica de sus miembros. Esto, sin lugar a dudas, nos permitirá no generar mayores confusiones respecto de la propuesta; de la misma manera, nos hará posible avanzar en la discusión, con el fin de darle mayor concreción a la idea.

Todos conocemos y padecemos la triple marginación a la que Enrique Sánchez Ruiz y Raúl Fuentes Navarro. Han señalado que caracteriza a la disciplina de la comunicación en el país; por quedar considerada dentro del campo de la ciencia, por ser ciencia social y por ser ciencia de la comunicación. No sólo las instituciones gubernamentales encargadas de otorgar financiamientos se han olvidado de los departamentos y escuelas encargadas de ofrecer los estudios profesionales de comunicación. También nuestras universidades e instituciones de estudios superiores nos han puesto de lado. No consideran relevante la enseñanza de esta disciplina. Y es, muy posiblemente, esta marginación una de las más graves y que más consecuencias negativas nos acarrea. Debido a eso, es regla casi generalizada que las escuelas de Comunicación del país enfrentemos verdaderas dificultades para contratar profesores de buen nivel; para adquirir equipo adecuado para una buena formación de profesionales de los medios; para contar con recursos que nos permitan el desarrollo de programas realmente ambiciosos y, además, la constante participación en foros académicos nacionales e internacionales. De esa manera, las escuelas de comunicación vivimos encerradas en terribles círculos viciosos; por falta de excelencia y visión se nos margina y niegan los apoyos; pero, como consecuencia de eso, nos es prácticamente imposible pretender alcanzar niveles significativos de calidad y proyectar con visión el desarrollo de nuestros centros.

Sin lugar a dudas, este es un problema muy serio que está limitando terriblemente el

desarrollo de la docencia de la Comunicación en el país. Y no se diga de la investigación, pues, en términos reales, ésta apenas es incipiente y acusa en severo retraso de años respecto del nivel de investigación que se realiza sobre todo en los países desarrollados del mundo. Corresponde a nuestro Consejo reflexionar acerca de este problema e imaginar estrategias que nos conduzcan a superarlo tanto en el mediano como en el largo plazo. El Documento Tonatico era una propuesta en este sentido. Se requiere como Consejo, que nos convirtamos en una institución que tenga capacidad de gestión para poder propiciar mejores niveles académicos. De esa forma, otorgarle al Consejo un carácter evaluador lejos de convertirlo en una instancia punitiva, lo hace ser una institución preocupada por requerir de sus integrantes una permanente revisión de sus objetivos y de la congruencia entre éstos y sus condiciones materiales y académicas. Piénsese seriamente si es suficiente con que nuestro Consejo sea un organismo encargado de propiciar acercamiento entre nuestras escuelas y de proporcionar, con muchas limitaciones, capacitación cuyos alcances y efectos tienen que ser, necesariamente, de corto alcance. La función del CONEICC tiene que ser mucho más seria y profunda que eso. Depende de nosotros que se la otorguemos y que, como consecuencia, nos sirvamos de él para inyectar nuevas dinámicas a las vidas académicas de nuestras escuelas.

Por supuesto que el Documento Tonatico es discutible. De eso se trata, precisamente, de que genere discusión y que de ella salga la definición del carácter que debemos conferirle a nuestro Consejo para enfrentar nuestros graves problemas. En ese sentido, no importa cuánto tiempo invirtamos en ellos. La situación de nuestras escuelas reclama una acción más sólida de nuestro Consejo. Si no la realizamos ahora, tal vez después va a resultar demasiado tarde. Así pues, retomemos el espíritu Tonático y revisemos sin miedo y con compromiso el sentido de nuestro importante Consejo.

Jorge A. Calles S.
Presidente.

INTEGRACION E IDENTIDAD LATINOAMERICANA

«UNA MISMA (TELE) VISION PARA AMERICA LATINA»

Alfredo Davila Monsivais
Universidad Intercontinental

«Somos un extremo de Occidente. Un continente pobre y ensangrentado, una civilización excéntrica y de frontera. Por qué no agregar que esa desolación se ilumina a veces con luces vivaces y extrañas? Pobreza, violencia, opresión, intolerancia; pueblos anárquicos, tiranos de todos los colores y el reino de la mentira a la derecha y a la izquierda. También imaginación, sensibilidad, finura, sensualidad, alegría, cierto estoicismo ante la muerte y la vida».

I. IDENTIDAD

La identidad es un proceso que se inicia en lo más íntimo y profundo de un individuo o de un pueblo, que se traslada luego fuera de él para contactar y recibir el influjo y las percepciones del mundo y retorna, entonces, internacionalizado, en características de hecho y de destino, de cultura y de vida, presto a dar testimonio de lo que uno es y de lo que otros perciben que uno es.

América Latina, es hoy el angustiado resultado histórico del choque de dos culturas, una la conquistadora y mediatizada en su versión aventurera y religiosa, la otra (en aquella época) decadente, gastada y dividida. A partir de su independencia de la colonia Española a principios del siglo XIX, Latinoamérica encarna una lucha por su propia identidad, y exige un desarrollo cultural y técnico para modificar sus gru-

«Los líderes nacionales deben convencerse de que la causa de la integración latinoamericana y el enfrentamiento político en contra de las naciones hegemónicas, deben ser conducidos con el apoyo popular de los medios de comunicación y la participación de la sociedad civil.»

*José Marques de Melo
«Investigación y Cultura»*

sos lazos que por más de tres siglos la cautivo sin libertad.

Superada, en lo temporal, la etapa de los choques de razas, culturas o edades históricas, representados por la conquista y, en otra dimensión, por la independencia, los países latinoamericanos se han visto enfrentados a su realidad autonomista, «Dueños de su destino», sujetos cara a cara con la nueva realidad. América Latina se hizo moderna, contemporánea. Sus países y sus hombres han hecho toda una reveladora parte de su historia en los últimos años.

II. INTEGRACION

La visión de una América Latina unida ha sido una vieja ambición y un ideal permanente. A pesar de algunos factores característicos del Imperio Español, estuvo siempre presente la idea y la aspiración a que las realidades básicas del idioma, de la cultura y de las tradiciones históricas sirvieran de base a formas de organización política, social y económica.

La circunstancia de que existen factores culturales e históricos de tanta magnitud fueron estímulos superiores para alimentar la aspiración a construir esquemas institucionales permanentes.

Estos hechos sustraen el tema de la integración latinoamericana de sus exclusivos componentes materiales para colocarlo en una perspectiva más vasta y compleja, la cual no es posible juzgar por los solos elementos de la medición económica. Al mismo tiempo que estos factores culturales e históricos configuran tendencias innegables hacia la unidad, en otros países y planos de la organización social, fomentaron el nacimiento de mitos que no han cesado de confundir la praxis y de dificultar la articulación de proyectos y de propósitos viables, esencialmente pragmáticos y posibles.

Existen metas de unión, de unificación y de integración latinoamericana. Pero hay los mitos que no siempre se corresponden con las posibilidades prácticas y efectivas. La integración se identifica algunas veces de un modo irreflexivo con el desarrollo y, al mismo tiempo, se confunden las posibilidades de una comunidad económica con la aspiración a una integración política. Sin embargo, no coinciden necesariamente integración y desarrollo. Tampoco la unión económica conduce forzosamente a la cohesión política aunque no es posible esperar esta última sin la otra.

Tal vez el mito más persistente del último decenio ha sido el de corresponder al desarrollo social y económico con la integración latinoamericana. El desarrollo es mucho más que la integración. La integración es uno de los medios del desarrollo; pero no existe una integración, en singular, sino muchas «Integracio-

nes» en plural. Es decir, que las fórmulas y los medios de la integración son esenciales, pragmáticas, graduales y no convencionales. Se identifica y se asocia igualmente la integración a la independencia económica del continente.

Podría ocurrir una integración aún más dependiente si los mecanismos que operen en su seno no son en esencia, latinoamericanos. Es concebible una integración realizada y conducida por factores extralatinamericanos y cabe igualmente una integración por ellos mismos. No es aconsejable identificar a la integración con la independencia económica. Esta puede ser un espejismo peligroso y frustrante, porque la carencia de perspectiva, podría llevar a perder de vista la vigilancia efectiva sobre los mecanismos de integración y a posponer u olvidar el control de sus planes.

En Latinoamérica se considera que la integración lleva necesariamente a la justicia social, a las reformas y a los programas de cambio histórico que los pueblos latinoamericanos reclaman. Pero puede ocurrir, que la concentración de la riqueza favorecida por las fórmulas de integración sea tal, que los pueblos latinoamericanos no se beneficien en absoluto de la decisión. Puede ocurrir que la integración beneficie a unos pocos y que por lo tanto lejos de significar un cambio básico en la distribución de la riqueza en América Latina constituya una instancia más compleja y más sofisticada de la concentración de la misma.

De igual modo, se hacen coincidir las aspiraciones a la integración y al mercado común latinoamericano con un ideal de nacionalismo continental. La integración puede dar paso a un opuesto a esta meta. Habría nacionalismo continental en el caso de que América Latina logre fórmulas de ajuste y de articulación perfectamente controlables por los países que la componen. Pero la meta de un nacionalismo continental no está necesariamente implícita en la integración, en el mercado común o en los bloques subregionales.

Existen en común un idioma y una historia cultural en la mayor parte de América Latina. Hay igualmente, una historia que nos reúne y nos motiva. Pero no existe en estricto sentido, una comunidad cultural. Bastaría con contemplar un solo hecho: Se tienen programas comunes para la educación primaria, media, superior y especial en América Latina?, la sola respuesta a esta pregunta, en un mundo de tan rápidas innovaciones tecnológicas como el actual, es concluyente para demostrar cómo la comunidad cultural Latinoamericana es un espejismo.

Tampoco existen ni el derecho público, ni el privado con suficientes elementos favorables a la integración. Aunque los países latinoamericanos siguen el esquema de la democracia representativa, sus hábitos y sus



prácticas institucionales son muy diferentes unos de otros.

Pero, desde un punto de vista económico, el hecho más significativo es la falta de integración interna. La ausencia de comunicaciones dentro de un mismo país, entendiendo por éstas, no sólo las carreteras y autopistas sino todos los medios de enlace y de contacto interior, son insuficientes. La mayor parte de los países latinoamericanos no tiene una suficiente integración interna, por no haber conquistado y ocupado plenamente el territorio y porque parte de la población no está activamente incorporada a las tareas básicas del desarrollo. Además la mayor parte de la superficie del continente sigue comunicada.

El transporte aéreo ha venido a sustituir en los últimos dos decenios la ausencia de la infraestructura básica de las comunicaciones terrestres. Pero esto no es suficiente, tampoco los mecanismos convencionales de comunicación como el correo, telégrafo y teléfonos.

En un momento en que la imagen televisada se transmite por satélites sigue siendo más fácil comunicarse con Nueva York o con Europa desde una capital latinoamericana que comunicarse dentro de un mismo país o a otro. Esto es lo que podría llamarse en un sentido específico, integración sin integración.

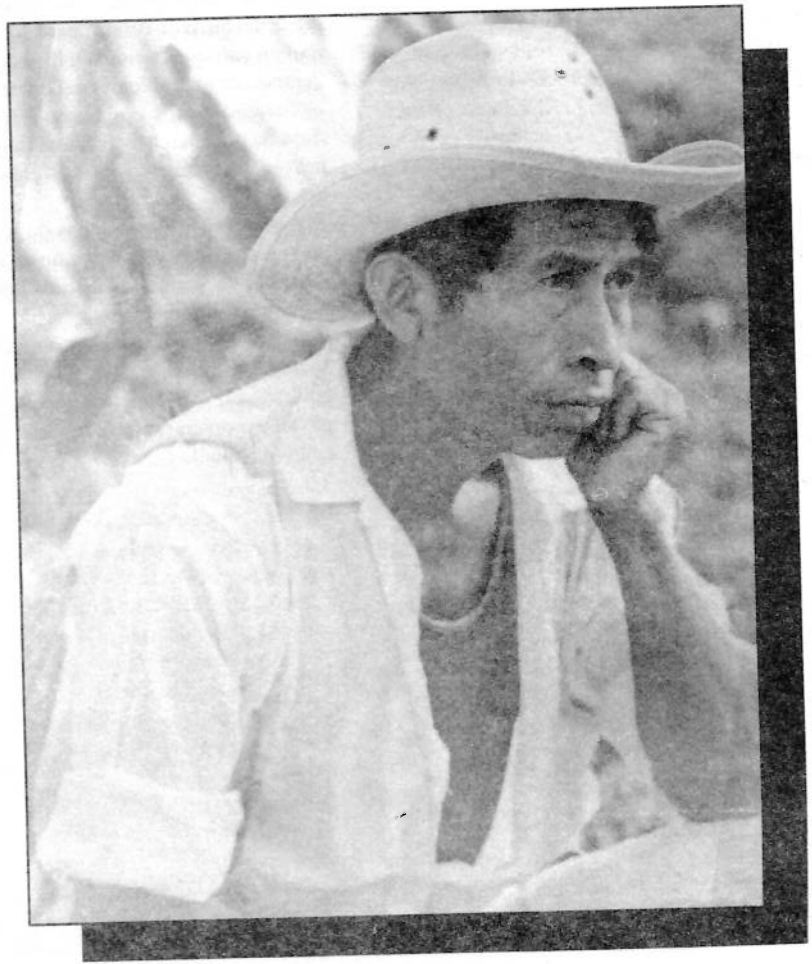
III. LOS MEDIOS

En América Latina, como en el resto de los países subdesarrollados, inmensas multitudes que hasta ayer, consideraban su miseria como algo fatal e ineludible, ahora han adquirido plena conciencia de que esa miseria puede no ser definitiva y que es posible reemplazarla por una vida decente y digna, en la que el hombre común se libere de la pobreza y de la angustia económica.

El portentoso avance de los medios de comunicación, ha puesto frente a Latinoamérica el espectáculo de niveles de vida muy superiores a las mezquinas condiciones que padece. El cine, la prensa, la radio y la televisión son los grandes agitadores que a diario recuerdan a nuestros pueblos, que el avance científico y tecnológico está elevando sin cesar el estándar de vida del hombre común que habita en los países desarrollados.

Pero si bien los medios masivos actúan como un fermento social poderoso al poner ante los ojos de multitudes insatisfechas estándares de vida superiores, los efectos de su acción no tardan en ser recuperados por la burguesía.

Sería un error confundir el desarrollo limitado sólo con la pobreza o la ignorancia, aunque le son consubstanciales, no son un rasgo fundamental de la dependencia. La calidad de subdesarrollo a la que ha sido impuesta desde el exterior por las naciones que históricamente fueron las primeras industrializadas. Estas consolidan y expanden su supremacía organizando la geografía económica del planeta de acuerdo a sus intereses mediante la anexión, la intervención y el chantaje se reservan la producción de manufacturas y transforman a los restantes países en proveedores de materias primas.



POLITICAS DE COMUNICACION PARA UNA INTEGRACION

Silvia Itzé Gómez Meza

Escuela de Periodismo Carlos Septién García

Ante la perspectiva de un mundo más comunicado, surge la necesidad de contemplar a América Latina como uno de los eslabones fundamentales en el constante e infinito flujo de información.

Los intentos por equilibrar su situación política, económica, social e informativa con los países desarrollados ha propiciado que diversos organismos planteen la posibilidad de nuevos mecanismos de integración en la región.

Uno de los intentos más representativos de esta corriente, que pretende ser integradora, es el Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII), que no solamente se dirige a América Latina, sino a los países del Tercer Mundo.

Sin embargo, este nuevo orden propuesto a través de la UNESCO en los años 70's, ha tenido adversarios que consideran peligroso el establecimiento de políticas informativas en las que se puede llegar al completo y absoluto control de los medios por los gobiernos de los países en los que se apliquen.

De esta manera, las alternativas para la integración de distintas regiones, especialmente de América Latina, encuentra nuevos obstáculos para su realización.

Antecedentes del NOII

Desde la década de los sesentas los intentos de integración para América Latina ha visto reflejados sus esfuerzos en la formación de organismos que tratan de dinamizar el proceso integracionista y crear una identidad propia para esa parte del continente.

A mediados de la década de 1970, con la formación del Sistema Económico Latinoamericano (SELA), se esperó que la integración en el ren-

glón económico diera los elementos suficientes para la solución de la problemática de los países latinoamericanos..

Sin embargo, la tutela imperialista de la cual las naciones involucradas no pudieron liberarse, impidió de manera efectiva el avance en esta materia.

Con el boom de las comunicaciones y ante un panorama cambiante y cada vez más acelerado en materia informativa, las especulaciones sobre el control de los medios a nivel mundial propiciaron un pensamiento que pretendía ser la solución a los problemas de los países subdesarrollados y que pretendía además dar la autonomía informativa a esas naciones.

Esta iniciativa auspiciada por la UNESCO, tomó forma con la implementación de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, cuyo objeto de estudio se centró en cuatro puntos principales:

- a) Estudio de las condiciones de las comunicaciones y la información y los problemas que se presentaban, para determinar aquellos que requerían un enfoque nacional y los que podían considerarse como problemas del orden internacional.
- b) Estudio de los problemas referentes al libre flujo de información en el mundo y las necesidades en este renglón de los países en vías de desarrollo.
- c) Análisis de los problemas de la comunicación con perspectivas a la creación de un nuevo orden informativo y ante los albores del nuevo orden económico internacional.
- d) Establecer el papel de la comunicación a nivel nacional y mundial para penetrar en la opinión pública con aspectos reales de la problemática global y propiciar soluciones en el plano nacional e internacional.

Esta comisión, sin embargo, no fue la que dio como resultado la formación del NOII (Nuevo Orden Informativo Internacional), sino que surgió de una propuesta elaborada por Boris Ponomarev en 1972 y que pretendía arrebatar a la burguesía los medios de comunicación de los países occidentales.

Esta visión, venida de un tiempo donde la guerra fría no veía su fin, trajo consigo opiniones encontradas y francos apoyos al establecimiento del nuevo orden. Entre estos apoyos se contaba con el del entonces Director Ejecutivo del Instituto Latinoamericano de Estudios Internacionales y Asesor de la UNESCO, Juan Somavía, a quien se le reconocía como un ideólogo de izquierda.

Los opositores a este nuevo sistema informativo argumentaban que sólo llevaría al comunismo internacional y presentaba riesgos patentes de control gubernamental por parte de los países involucrados hacia los periodistas o medios que resultaran «peligrosos» para el sistema.

Los resultados del NOII

El contraste de las opiniones en favor y en contra del Nuevo Orden Informativo Internacional levantó enormes diferencias entre los países que veían estas medidas implantadas por el NOII como un nuevo instrumento para la expansión del sistema comunista y los que lo consideraban un elemento indispensable para lograr la independencia informativa en los países del Tercer Mundo. A pesar de estas divergencias, la ONU tenía la firme intención de colaborar al mejoramiento de los sistemas comunicativos e informativos en el mundo y consideraba que «cuando existe la voluntad política, siempre se pueden encontrar los medios».



Uno de los resultados importantes para América Latina dentro del NOII fue la instalación de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI), cuya formación estuvo apoyada en los gobiernos de México, Venezuela, Panamá, Costa Rica, Cuba, Nicaragua y Ecuador.

La integración accidentada

Uno de los requisitos indispensables para obtener la independencia informativa en los países en vías de desarrollo en América Latina, era el establecimiento de un orden económico, político y social que permitiera el desempeño de los medios en un ambiente democrático y con fundamento en las garantías individuales.

Sin embargo, una de las características principales del panorama político de América Latina durante muchos años fueron los gobiernos militares. Ante esta perspectiva desalentadora de cambio democrático, los esfuerzos internacionales por promover una supuesta «integridad» se desmoronaban ante la nula posibilidad de libertad en la región.

Actualmente, ante un horizonte distinto, donde una de las grandes potencias libra problemas internos más fuertes que los externos, el rumbo de las políticas de integración giran hacia la formación de bloques económicos que si bien ni manifiestan una identidad regional o nacional, sí promueven el fortalecimiento de lazos económicos que algunas veces pueden ser más fuertes que los sociales.

América Latina se enfrenta ante la necesidad de situarse dentro del marco de cambios que se producen en la vida mundial y de manifestar de manera efectiva su realidad a través de los medios de comunicación.

Uno de los principales obstáculos a los que se enfrenta es la todavía injerente participación y tutela de los países que con recursos económicos sostienen a los países en vías de desarrollo.

Dentro del marco de dependencia económica, América Latina buscó y busca las oportunidades que le brinden la posibilidad de participar en las políticas de comunicación como un recurso más para su desarrollo e integración como bloque social.

La Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales, cuyos estatutos fueron aprobados el 10 de octubre de 1983 establece que: «ALASEI tendrá como propósito fundamental la recolección, elaboración y la difusión de material informativo sobre los aspectos relativos al desarrollo, la integración y la identidad cultural de América Latina y el Caribe.

Uno de sus esfuerzos integradores era el de enviar la información referente a América Latina como un proceso social y no como hechos aislados dentro de un entorno informativo.

Los problemas a los que se enfrentó ALASEI en sus inicios fueron la desconfianza de los gobiernos hacia el trabajo de la agencia y la desconfianza de los particulares a solicitar la información de ALASEI por considerarla de orden gubernamental y por lo tanto, más propaganda que información.

Los peligros del NOII

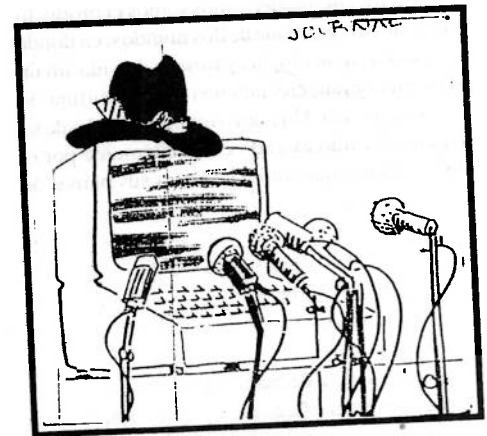
Una de las dudas que desde las propuestas de un nuevo orden salieron a relucir fue la del control de los gobiernos de los países participantes sobre la información.

América Latina vive periodos de transición política a la par de la transición política mundial, por lo que para conseguir un adelanto en su intento integracionista, sería necesario establecer un

equilibrio real entre el gobierno y los medios que lleven a la libertad de expresión, y por lo tanto a la libertad de dar al mundo información que presente a Latinoamérica como una potencia informativa real.

El NOII ha perdido con la disolución de la Unión Soviética a uno de sus principales promotores, o a uno de los que fueron uno de sus más importantes promotores.

Sin embargo, los gobiernos aún tienen el peligro de convertirse en dictaduras, tal es el caso de Chile, en donde un gobierno se convulsiona en cuestión de días, por lo que deben contemplar la estricta necesidad de encontrar el mecanismo que los agrupe bajo los mismos intereses latinoamericanos de identidad, de bloque y fortaleza solidaria dentro de la comunicación.



Cobertura de las Radiodifusoras por Subregiones en América Latina y el Caribe

	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	INTERNC.	INTER/NAC.	INTE/REG.	TOTAL
C.A. Y EL CARIBE	82	587	248	13	5	-	935
CONO SUR	12	104	458	13	5	1	593
AREA ANDINA	54	805	662	131	16	5	1,673
BRASIL	15	76	1,231	-	-	-	1,322
MEXICO	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL NUMERICO	163	1,572	2,599	157	26	6	4,523

PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Florina Piña Cancino
UNAM

Con una América unificada se dará apertura a «una nueva cultura de cooperación internacional, como única vía para un mundo justo y estable», sólo unidos podremos contrarrestar las fuerzas del imperialismo y las injusticias, «nadie podrá hacer nada sin una América Latina unida, fuerte e integrada...»

Fueron estas las consignas de la Cumbre Iberoamericana efectuada en julio del año pasado en Guadalajara, México, donde se dieron cita 19 representantes y líderes latinoamericanos para retomar un viejo asunto que se estaba dejando de lado:

LA INTEGRACION E IDENTIDAD LATINOAMERICANA.

El formar parte de un continente no es causa suficiente que promueva el fortalecimiento de las relaciones entre naciones, pero sí cuando hay una historia de por medio que se comparte y que nos identifica, porque «los países de una región suelen percibir su propia identidad internacional». «Los países latinoamericanos somos el producto del encuentro y choque de dos mundos, en donde se fusionaron ideologías y formas de vida sin un punto en común, creando una misma cultura: la latinoamericana. Un nuevo mundo, que desde su creación ha sido atacado constantemente por el imperialismo, que limita y frustra sus planes de

desarrollo, haciéndolo cada vez más dependiente de éste...razones por las que tenemos que unirnos y luchar juntos; de esta manera venceremos».

Lo anterior lo sostuvieron los diferentes ponentes que participaron en el seminario «Comunicación, Política y Cultura en América Latina», llevado a cabo en la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) en agosto de 1991.

A lo largo del tiempo esta preocupación de integración ha prevalecido en los gobiernos latinos, misma que se acentuó después de la Segunda Guerra Mundial, cuando su comercio exterior se vio deteriorado por el rezago de las grandes economías (países europeos y E.U.) afectadas por los desgastes y costos materiales y humanos de la guerra.

Más tarde, en la década de los sesentas se dio apertura para que América Latina saliera de la miseria; organismos e instituciones internacionales como la UNESCO, la ONU, y la FAO, «unificaron sus esfuerzos» para fomentar el crecimiento económico y elevar las condiciones de vida en esta zona.

De esta manera, se creó la comisión Económica para América Latina (CEPAL), con el fin de sensibilizar a los gobiernos para lograr la planificación económica.

Más tarde se fundaron otros organismos de apoyo y ayuda a Latinoamérica como el Sistema Económico Latinoamericano (SELA), el Consejo Inte-

americano Económico y Social (CIES), la Organización de Estados Americanos (OEA), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Alianza para el Progreso (ALPRO), Comisión Especial para la Coordinación Latinoamericana (CECLA), etc.

Todos estos organismos desde diversas perspectivas (comercio exterior) economías regionales, política, etc.) buscaron la forma de lograr un libre mercado, en el cual los países latinoamericanos compensaran sus economías con una retroalimentación de mercancías y servicios, contribuyendo de esta manera al desarrollo de su nivel de vida.

Los medios de comunicación, en estos procesos de unificación juegan un papel estratégico; a través de éstos se «podría acelerar el desarrollo... ya que contribuyen a la optimización y coordinación de las potencialidades existentes en la región para tal fin»; bien señala el periodista José Márquez de Melo de la revista Latinoamericana CHASQUI.

Al tomar conciencia del papel de los medios, en América Latina se buscó extender las redes de comunicación así como adquirir la tecnología suficiente, en esta materia, para garantizar la calidad en las transmisiones y sobre todo para lograr mayor alcance, aún en poblaciones no electrificadas.

Se fomentó también la investigación, incluso se creó un organismo de comunicación encargado de «capacitar profesionales de empresas y agencias de comunicación para las tareas de desarrollo»: Centro Interamericano de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL).

En América Latina, desde los años sesenta, se desarrolló una basta infraestructura en comunicación y, pese a las problemáticas económicas (endeudamientos), políticas y sociales de los países.

Sin embargo, la programación latinoamericana no ha respondido a las necesidades de sus sociedades ni el fortalecimiento de los valores nacionales, pues «la expansión de los medios de comunicación no afectó de modo directo la transformación de las estructuras sociales y económicas, en el sentido de crear el clima de productividad responsable por la generación de iniciativas capaces de asegurar mejores condiciones de vida a su población...como resultado del modelo de desarrollo dependiente que aquí se instauró».

Lo anterior lo dijo José Márquez en su reportaje «Comunicación e Integración», publicado en la revista CHASQUI, número 36.



Investigaciones de la CIESPAL correspondientes a 1990 señalan que, el 75% de la programación latinoamericana va dirigida hacia el entretenimiento, de los cuales del 54% se trata de programas extranjeros y sólo el 20% de producciones nacionales.

Las telenovelas es lo que más se produce, los programas informativos se producen en un 16%, mientras que los programas educativos o culturales en un 5%.

Como se puede observar, los medios de comunicación siguen la tendencia consumista de los países desarrollados. De esta manera no se puede contribuir a la concientización de la población respecto a su país y de las problemáticas que les atañen.

Esta situación se complica más por la intrusión, en los medios de comunicaciones, de grandes funcionarios, cuyo interés específico es el lucro; así como de organismos y agencias internacionales que, a través de técnicas propagandísticas y mercantilistas, dan un tratamiento especial a la información, desinformándonos finalmente.

Ante esta problemática, es importante que los líderes latinoamericanos reestructuren sus redes de comunicación, y comiencen nuevamente a concientizar a la población acerca de la integración comercial y cultural en Latinoamérica.

Esta preocupación resurgió nuevamente durante la Cumbre Iberoamericana en Guadalajara, en la cual los presidentes coincidieron que, para que sus planes de libre comercio en esta región sean una realidad, es necesario «el consenso de la opinión pública y la participación de la sociedad civil en dichos proyectos».

Los líderes latinoamericanos acordaron dar impulso al sistema de comunicación, para lograr dicho consenso y a su vez la integración., por que «sólo la acción cambia las cosas» afirmó en su momento, Carlos Salinas de Gortari, presidente de México.

La integración es un «concepto estratégico» afirma el periodista Ernesto Vera, Director del Centro Regional de la OIP en América Latina y el Caribe. Esta, para que se lleve a cabo, afirma «requiere de mucha voluntad política de los gobiernos latinoamericanos, es necesaria por lo tanto, la concientización sobre la manera de difundir los intereses nacionales...».

«América Latina vive bajo una política de dominación en la cual E.U. también tiene una estrategia y sobre todo la posibilidad de implementarla, este hecho detiene los proyectos latinoamericanos».

Vera dice que América Latina no se puede cerrar al bombardeo informativo de estas agencias in-

formativas, sin embargo puede analizar con sentido crítico su contenido, utilizar lo útil y desechar lo que enajena.

Los procesos e integración latinoamericana, hoy en día comienzan a resurgir, después de mucho tiempo el presidente de México junto con su equipo de trabajo logró reunir a la mayoría de los representantes latinoamericanos para tratar cuestiones en torno a la integración e identidad latinoamericana.

Durante la Cumbre Iberoamericana efectuada en Guadalajara se tocaron puntos y cuestiones como: las relaciones conciliares entre Cuba y Colombia, la integración de la primera América Latina, puntos limítrofes entre Argentina y Brasil, entre Bolivia y Perú, así como el libre comercio entre nuestro país con Colombia y Venezuela, y la bienvenida a la iniciativa de las Américas del presidente estadounidense, George Bush.

Aún cuando en América Latina prevalezcan gobiernos con sistemas liberales, conservadores, socialdemócratas, marxistas-leninistas o inclasificables, «todos coincidimos en que el remedio a nuestros problemas es la unidad... se empieza a tejer la red de integración pese a la falta de democracia y al subdesarrollo en que vivimos», afirmó el presidente de Costa Rica, Rafael Calderón.

Distribución de medios en América Latina y el Caribe

País	No. Habit. (1) (en miles)	No. Diarios (2)	Total ejemplares en circulación (en miles)	Ejemplares (2) x mil habitantes	No. Radionovelas	Total (3) Recop. (en miles)	Recop. x mil (3)	No. Estac. (2) de TV	Total (3) Recop. (en miles)	Recop. x mil (3)
Costa Rica	2'791	4	200	104	94	700	263	6	210	79
Cuba	10'098	19	1'520	151	58	3'400	339	9	2'050	202
El Salvador	4'934	5	250	52	79	1'050	164	8	400	70
Guatemala	8'434	3	131	16	147	2'000	349	6	303	37
Honduras	4'679	4	156	33	265	5'000	61	9	300	67
Nicaragua	3'501	3	296	85	69	1'700	377	2	200	59
Panamá	2'274	6	92	40	109	870	257	5	360	161
Rep. Dominicana	6'716	9	305	45	200	410	184	8	515	81
Total Centr. y el Caribe	43'427	52	3'041	70	1'025	15'130	193	51	4'335	95
Argentina	31'137	126	3'000	64	258	20'000	645	42	6'650	214
Chile	12'624	35	850	67	375	4'750	335	7	2'000	164
Paraguay	3'972	4	135	34	64	841	360	22	68	23
Uruguay	3'057	27	48	16	162	1'800	592	7	520	71
Total Cono Sur	50'652	192	3'042	60	861	26'524	524	78	9'258	183
Bolivia	6'730	12	82	12	226	3'850	587	61	500	76
Colombia	29'942	29	1'237	41	523	4'500	153	13	3'000	102
Ecuador	9'823	36	546	55	355	2'850	295	11	700	73
Perú	20'127	44	884	43	547	5'000	247	11	1'701	84
Venezuela	18'272	75	2'164	119	163	7'550	425	11	2'500	141
Total Area Andina	85'594	196	4'915	57	1.815	23'750	357	103	8'401	88
Brasil	141'944	295	4'178	29	1.333	50'540	357	137	26'000	164
México	83'039	272	9'785	118	841	16'000	193	120	9'490	14
Total A. Latina	404'164	1007	24'963	62	5.876	131'944	326	489	57'489	142

FUENTES:

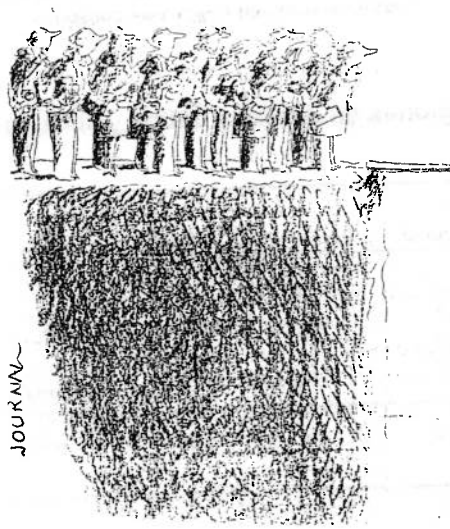
(1) Progreso Económico y Social de América Latina, Inter-Amec 1990, 1990

(2) Inventario de Medios CIESPAL - CAF 1989 / 90.

(3) Informe sobre la Comunicación en el Mundo. UNESCO 1990 (Datos a 1986)

* Almanaque Mundial 1989

Elaboración: Ana López



JOURN

CARTA A LOS MINISTROS DE CULTURA DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE

Javier Esteinou Madrid

Los videastas reunidos en el Encuentro Latinoamericano de Video celebrado en Montevideo, Uruguay, expresamos a los ministros de Cultura de América Latina y el Caribe los siguientes acuerdos:

EL CONTEXTO

En los últimos diez años nuestras sociedades registran múltiples fenómenos políticos, sociales, económicos y culturales que están comprometiendo tanto sus formas de vida presente como sus posibilidades de desarrollo futuro. Ente ellos, los más importantes son, a nuestro juicio: la reestructuración de las relaciones mundiales de poder político y la conformación de grandes bloques continentales, por un lado, y por el otro, la creciente pérdida de la capacidad de negociación de América Latina, al no haberse verificado mayores avances en los procesos de su integración; el desgaste de la credibilidad de los partidos políticos tradicionales y en las instituciones que llevan a cabo, apoyan o consienten políticas económicas que, hasta el momento, se muestran impotentes para dar respuesta a las demandas de la mayor parte de la población; la concentración del poder comunicacional y la expansión anárquica e incontrolada de las nuevas tecnologías de información y comunicación, cuyos efectos repercuten sobre todo en el campo de la cultura. Como aspectos positivos de los cambios experimentados, apuntamos: el fin de las dictaduras militares en varios países de la región y la afirmación de los regímenes democráticos, así

como la emergencia de nuevas formas de organización social y de prácticas comunicacionales, entre ellas el video, que constituye un impulso a modalidades asociativas y participativas de trascendente potencial transformador.

La orientación preponderantemente comercial de la radio y la televisión latinoamericanas se ha exacerbado en los últimos años.

La multiplicación de los canales de difusión y distribución de mensajes en el marco de una profunda postración o quiebra de nuestras industrias culturales, impulsa la ocupación creciente de los mismos por los productos provenientes de los complejos multinacionales del audiovisual. Las ganancias de éstos aumentan, en virtud de la misma expansión que para nosotros constituye un factor de ruina y destrucción de un sector clave del aparato productivo y ahorcamiento de la capacidad endógena de producción.

Sólo los latinoamericanos podemos producir imágenes sobre nosotros -nuestras realidades, a fin de reconocernos, autoreconocernos y hacernos conocer y comprender por otros pueblos del mundo, para establecer con ellos relaciones de intercambio equitativas y democráticas.

Desde esta perspectiva, el espacio audiovisual latinoamericano -tal y como entienden los europeos el suyo- quiere ser ubicado como sector de importancia estratégica en los procesos de integración regional, desarrollo social y recuperación de la memoria histórica e identidad cultural. Y son estas precisamente las funciones que, en medio de grandes dificultades, viene cumpliendo el video latinoamericano.

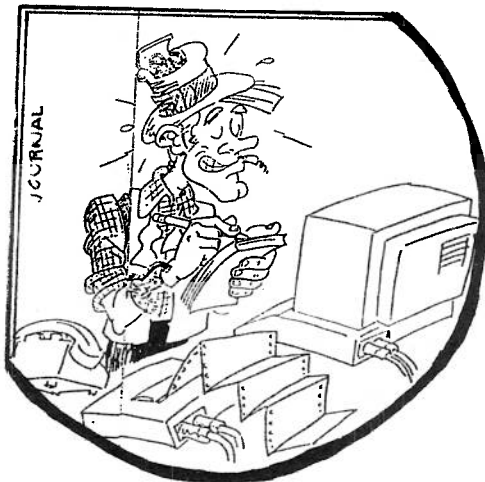
EL VIDEO LATINOAMERICANO Y LA DEMOCRATIZACION DE LAS RELACIONES CULTURALES

El crecimiento de los grupos nacionales y el fortalecimiento del Movimiento Latinoamericano de Video que los agrupa se verifica a través de los encuentros que se realizan anualmente. Ello da cuenta de la inserción social de este importante medio de comunicación y de su pertinencia para dar respuesta a necesidades y demandas de nuestras comunidades, desatendidas por los sistemas masivos públicos y privados.

Por tales motivos, nuestro quehacer reclama ser percibido, como área interrelacionada a las restantes del espacio audiovisual, cuyo aporte al incremento de la capacidad comunicacional de la sociedad y a la democratización de las relaciones culturales, es sustantivo.

La libertad de expresión, proclamada como uno de los derechos humanos básicos, es impracticable cuando los procesos de producción y difusión de mensajes están sometidos a una concentración y centralización acelerados. Por el contrario, su real ejercicio supone la multiplicación de las posibilidades de generación de aquellos, así como de la existencia de pluralidad de canales para su procesamiento y circulación, posibilidades de expresión y emisión de todos los sectores de la comunidad.

No está bien informada una sociedad donde la hiperoferta de mensajes de una misma fuente con propósitos de persuasión explícitos o implícitos, transforma a los sujetos del proceso comunicacional en objetos de consumo.



Cobertura de los Radios por regiones en América Latina y el Caribe

	NSC	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	TOTAL
C.A. Y EL CARIBE	1	33	4	14	52
CONO SUR	10	23	50	109	192
AREA ANDINA	14	41	107	34	196
BRASIL	1	6	31	257	295
MEXICO	0	16	8	248	272
TOTAL NUMERICO	26	119	200	662	1007

LAS POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION; UNA ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA.

Los videastas latinoamericanos entendemos que el estímulo y fomento de la producción audiovisual es una potestad indelegable de los Estados nacionales y que a ellos compete establecer políticas y estrategias de comunicación congruentes con nuestras necesidades de desarrollo.

El establecimiento de marcos normativos integrales e integradores, que procuren la equitatividad de las relaciones entre los medios del espacio audiovisual y de los flujos comunicacionales, dentro de nuestros países y de éstos con el resto del mundo; la creación de fondos de fomento a la producción de películas y programas; el apoyo de las iniciativas descentralizadas de producción y difusión; el dimensionamiento del sector de la comercialización de acuerdo a las necesidades reales de los mercados; la creación de los microsistemas de alcance local o regional y de redes de circulación e intercambio; el impulso a las industrias culturales nacionales; el fomento a la investigación, la capacitación y la producción de tecnologías comunicacionales apropiadas; la habilitación de nuevas frecuencias, en concordancia con el incremento en la capacidad de producción de mensajes y con el acceso de diversos actores sociales a las mismas; el énfasis a la comunicación dirigida a la educación y la promoción socio-cultural, son aspectos complementarios de una estrategia no sólo imprescindible para responder a los desafíos que nuestras sociedades enfrentan en la actualidad,

sino también para garantizar nuestra supervivencia como naciones.

El Movimiento Latinoamericano de Video hace llegar a ustedes la solidaridad de todos sus integrantes para emprender mancomunadamente las tareas de urgente transformación comunicacional y cultural que nuestras sociedades reclaman.

* Tomado del Documento Final del III Encuentro Latinoamericano de Video: «La Acción del Movimiento Latinoamericano de Video al inicio de una Nueva Década», Montevideo, Uruguay.

«La integración deberá construirse sobre una movilización ideológica en torno a la definición de los objetivos y metas, que pueden hacer posibles ciertas transformaciones específicas en todas las sociedades involucradas. En este contexto, aparece como trascendente propiciar la construcción de una nueva soberanía común.»

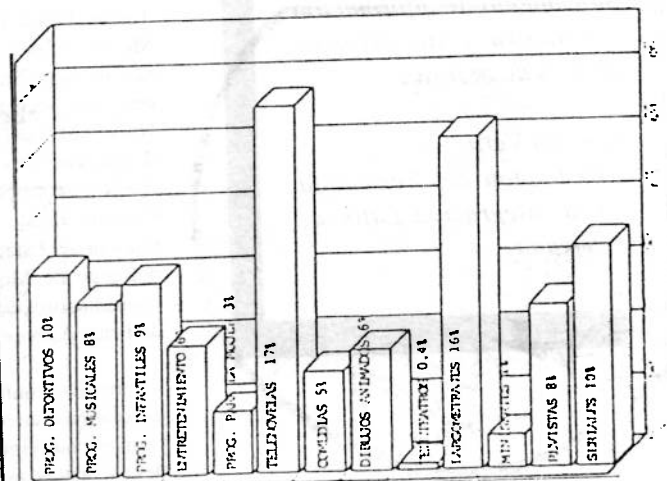
Alberto Acosta

«¿Hacia dónde va la integración?»

Cobertura de la televisión por Subregiones

	NACIONAL	REGIONAL	LOCAL	TOTAL
C.A. Y EL CARIBE	23	17	8	48
CONO SUR	5	5	26	36
AREA ANDINA	14	10	62	86
BRASIL	0	5	132	137
MEXICO	5	2	5	12
TOTAL NUMERICO	47	39	233	319

Programación.
Contenido general de la televisión en América Latina



El Cartel Oficial del VII Encuentro Latinoamericano

Federico Estrada
ITESM Campus Morelos



«Es posible lograr darle nueva y elevada dimensión a la acción de los periodistas, a su mediación positiva en favor de la integración de los países de América latina y el Caribe. Es necesario organizar un trabajo organizativo y profesional capaz de unir esfuerzos entre los periodistas, fortalecer las organizaciones que los integran, cooperar con los organismos progresistas y democráticos, así como el movimiento de información alternativa y sus diversos medios de prensa.»

Ernesto Vera
«Mediación del Periodista en la Integración Latinoamericana»

El 15 de octubre de 1991, se llevó a cabo en la Universidad Haveriana de Bogotá, Colombia, el concurso para seleccionar el cartel oficial para promover el VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social.

En total se recibieron 91 trabajos provenientes de Colombia, México, Argentina, Brasil, Ecuador y Chile. El jurado calificador estuvo integrado por: Joaquín Sánchez, Presidente de FELAFACS; Walter Noyra, Secretario Ejecutivo; Erasmo Freitas; Raúl Fuentes; Jesús M. Barbero; Rafael Roncagliolo y Luis Núñez.

Creatividad, movimiento, originalidad, fueron los criterios que predominaron en la selección del cartel. Se escogieron 10 finalistas, quedando entre ellos tres de México.

Finalmente el autor del cartel ganador fue Jorge Mihring, de la Universidad de Asis, de Chile. Este cartel incluye el logotipo del VII Encuentro creado por los alumnos de la Universidad Iberoamericana y que Jorge Mihring manipuló con ingenio, ya que el número VII gira y conforma espacios

donde se insertan con armonía el texto correspondiente al tema del encuentro: comunicación, identidad e integración latinoamericana.

En Acapulco, durante la realización de este evento, tendremos la oportunidad de apreciar los demás carteles que participaron en el concurso. Se montará un espacio en el Centro de Convenciones para la exposición de los 10 carteles mejor diseñados. Asimismo, se entregarán a los autores un diploma de reconocimiento; entre ellos se encuentran dos alumnos de la carrera de Comunicación del ITESM-Campus Morelos: Claudia Llaca y Carlos Brito.

Jorge Mihring, autor del cartel premiado aseguró su participación, con inscripción, hospedaje y viáticos completamente pagados para asistir al VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. Sin duda alguna para él, debe ser una gran satisfacción el hecho de que su diseño fuera empleado en el cartel y papelería oficial de este evento tan esperado por todos aquellos a quienes interesa el ámbito de la comunicación.

Encuentro-Seminario de Profesores de Cine

Imelda Hernández
ITESM Campus Morelos

El «Encuentro-Seminario de profesores de cine», se llevó a cabo en las instalaciones de la Universidad Iberoamericana, plantel Golfo-Centro, los días 8, 9 y 10 de abril en la ciudad de Puebla.

En el encuentro participaron como exponentes destacados críticos y estudiosos de cine como Tomás Pérez Turrent, Leonardo García Tsao, Moisés Viñas y Alfredo Naime. Asimismo, asistieron profesores de diversas Universidades del país como la Universidad Intercontinental, Universidad del Valle de Atemajac, Universidad de las Américas, ENEP-Acatlán, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, la Universidad Iberoamericana Golfo-Centro, Universidad Autónoma del Estado de México y el Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Morelos. Los coordinadores del curso fueron el Mtro. Francisco de Jesús Aceves y el Mtro. Alfredo Naime.

El objetivo central de este taller fue compartir experiencias en relación a la situación que guarda la materia de cine en cada una de las Universidades asistentes, así como proponer pautas a seguir en el mejor aprovechamiento de esta actividad docente. Al surgir toda una manifestación de

inquietudes, se llegó a la conclusión de elaborar un listado de propuestas. Estas son:

- * Conseguir, a través del CONEICC un paquete básico fílmico (convenio con IMCINE)
- * Realizar una muestra itinerante sobre productos de televisión elaborados por alumnos
- * Crear un mecanismo para obtener algunos programas que RTC pasa por TV sobre la historia del cine mexicano.
- * Dar a conocer el inventario de películas que cada Universidad tiene para su posible intercambio.
- * Elaboración de un boletín cuyo objetivo primordial sea el intercambio de información relacionada con los últimos acontecimientos en materia cinematografía (catálogo, crítica, novedades bibliográficas y cinematográficas). La Universidad del Valle de Atemajac se comprometió a elaborar el primer boletín. De lograrse esta propuesta, se distribuirían las fechas con otras Universidades participantes.
- * Buscar espacios para que se realicen con más frecuencia encuentros con profesores que impartan la materia de cine.



LA UAP, LA FELAP Y EL GOBIERNO DE PUEBLA ORGANIZARON UN SEMINARIO SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO

David Juárez A. y Gabriel Valenzuela V.
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM

«Presente y Futuro de los Medios de Comunicación en México» fue el tema del seminario que organizaron la Universidad Autónoma de Puebla (UAP), la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) y el Gobierno del Estado de Puebla en el Hotel Mesón del Ángel de la ciudad de Puebla, los pasados 14 y 15 de agosto del presente año. La inauguración corrió a cargo del Gobernador Mariano Piña Olaya y del Rector José Doger Corte. En el seminario se presentaron cuatro mesas de trabajo: «Periodismo y Elecciones»; «Las Organizaciones de Periodistas»; «Los Medios y los Desastres» y «La Venta de IMEVISION y El Nacional».

Participaron Froylán López Narváez, coordinador editorial de la revista *Proceso*; Luis Suárez, secretario general de la FELAP; Ernesto Vera, vicepresidente de la Organización Internacional de Periodistas (OIP); Cristina Pacheco, premio nacional de periodismo y articulista del periódico *La Jornada*; Francisco Huerta, premio Manuel Buendía y conductor de *Radio Educación*; Agustín Granados, premio nacional de periodismo, reportero y comentarista de *Televisa* y Alberto Domingo, premio nacional de periodismo y editorialista de la revista *Siempre*; entre otras personalidades de comunicación y el periodismo.

La ponencia central de la primera mesa fue presentada por Froylán López, quien aseguró que «en México no hay posibilidad amplia de escoger líderes», y que el papel de las elecciones es analizar alternativas ante un destino común; calificó a las elecciones mexicanas como «ritos y rituales» organizadas por la comunidad que copian el modelo estadounidense. Por su parte, Jorge Fernández Menéndez, director de *Página Uno* del periódico *Uno más Uno*, habló de la objetividad periodística, la cual, señaló, es una forma de desacreditar al periodismo comprometido; dijo que existe confusión entre la propaganda y la información y que la existencia del periodismo independiente depende de su relación con la sociedad civil, lo cual ya se está poniendo en práctica en nuestro país.

La segunda mesa fue presidida por Luis Suárez; se refirió a los periodistas que no gozan de título profesional, diciendo que «hay

títulos sin periodistas y periodistas sin título». Con respecto a las organizaciones, señaló que en México en 1923 el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa abre y legaliza el derecho a la incorporación y sindicalización de todos los trabajadores sin importar su clase. Por otro lado, Ernesto Vera expresó que el periodismo es una nueva profesión y que los modelos estadounidenses han tratado de convertirla en una carrera técnica, cambiándole el nombre por el de «comunicación social», por lo que un técnico de comunicación social nunca podrá ser un periodista.

A cargo de la tercera mesa estuvo Cristina Pacheco; consideró que el desastre en México «empezó con la injusticia, la marginación y la opresión desde hace 500 años»; compartió con los presentes sus experiencias en San Juanico (1984), los terremotos de 1985 en la Cd. de México, las explosiones de Guadalajara en abril pasado y su reciente visita al Valle de Chalco; añadió que «poco han hecho los medios de comunicación para ayudar a la gente marginada y víctima de los desastres a salir de su situación». Francisco Huerta por su parte declaró que no hay criterio de servicio a los ciudadanos por parte de los medios para evitar desastres, en tanto, Agustín Granados dijo que «la persona que está marginada ahora tiene voz dentro de los medios debido al apoyo que estos le han dado a la ciudadanía».

En ausencia del director general del periódico *El Nacional*, Francisco Báez Rodríguez, la mesa cuatro fué presidida por Raúl Trejo subdirector de dicho diario, quien cuestionó cuáles serían los motivos del Estado para deshacerse de los medios públicos los cuales buscan de alguna u otra forma el cumplimiento de la función social en nuestro país. En su comentario, Alberto Domingo se pronunció a favor de la venta de *El Nacional* y el Canal 13, ya que este último desde su fundación «ha sido presa de burocratismo, corrupción e improvisación». Por su parte, Enrique Montero Ponce, premio nacional de periodismo y director del noticiario *Tribuna Radiofónica de Puebla*, expresó su desacuerdo con la venta del periódico y el canal, debido a que «en un momento les pueden hacer falta al pueblo mexicano».

La clausura del seminario estuvo a cargo de un representante del Gobernador de Puebla, y se llevó a cabo a las 21:00 horas del día 15.

Concurso Nacional de Investigación Telemundo - RTC.

El Dr. Javier Esteinou Madrid investigador sobre medios de comunicación obtuvo el primer lugar en el «Concurso Nacional de Investigación», convocado por la Revista *Telemundo* y la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación, realizado a fines del mes pasado.

El Dr. Esteinou ganó con el trabajo denominado «Televisión y Globalización» en donde se exponen algunas de las consecuencias culturales y comunicativas que podrían presentarse en el país, con la firma del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canada, y se señalan diversas alternativas que se pueden adoptar para enfrentar este delicado panorama. El premio consistió en la entrega de \$5,000,000.00 de pesos en efectivo junto con un diploma de reconocimiento y la publicación del trabajo en alguna prestigiosa editorial.

En dicho evento el jurado también determinó otorgar la mención honorífica y considerar la publicación de la investigación denominada «Tendencias de la Investigación sobre Televisión en México», del Dr. Enrique Sánchez Ruiz de la Universidad de Guadalajara y actual presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), y coordinador de investigación del CONEICC.

El jurado estuvo integrado por las siguientes personalidades del mundo de las ciencias de la comunicación: Lic. Ana María Menéndez, Presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), el Lic. Mauricio Guerrero, Director del Centro Avanzado de Comunicación A.C. (CADEC), y el Lic. José Antonio Hernández, Coordinador de asesores de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

CALIDAD TOTAL EN EDUCACION SUPERIOR.

Universidad Latinoamericana

La Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior otorgó el tercer lugar de su premio FIMPES de la excelencia educativa 1991-1992 a la UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA con el ensayo de la doctora Guillermina Baena Paz, profesora de dicha institución, con el ensayo titulado:

CALIDAD TOTAL EN EDUCACION SUPERIOR.

La calidad total es la propuesta administrativa de finales de este siglo y promete serlo también del siguiente milenio. La calidad total llevó a Japón a convertirse en una gran potencia económica y en los últimos años las empresas de proyección macro y mundial han incorporado como filosofía, como técnicas o como medios para mejorar la calidad total.

Aunque hasta el momento la calidad total se ha aplicado al nivel de las empresas que producen bienes, poco a poco se empieza a insertar el área de los servicios. El premio Nacional de Calidad en México insiste en incorporar las empresas de servicios a la calidad total.

El ensayo que mereció el tercer lugar del Premio Fimpes tiene la virtud de tratar la calidad total en el importante rubro de la educación superior. De ninguna manera, afirma la autora, se trata de trasladar los planteamientos de la empresa que produce bienes a las universidades, sino de plantear modelos propios, estrategias adecuadas a cada institución. Quienes niegan la calidad total en su mayoría responden a un desconocimiento de lo que implica esta nueva manera de resolver problemas, o bien, son quienes se quedaron con la idea que calidad se reducía a supervisión, a un departamento al final del proceso que se encargaba del control del producto.

La calidad total, afirma la doctora Baena está en todas las fases del proceso, nuestro alumno es la parte más importante, el sentido y la razón de ser de todo nuestro proceso. La calidad total implica entonces calidad: institucional, docente, de investigación, calidad de vida del alumnos y por consecuencia elevamiento de la calidad de vida también de la comunidad a la que se pertenece.

El énfasis del ensayo está en ver a la calidad total como una manera de ser y no sólo de hacer, afirma la autora.

La propuesta de estrategia en calidad total se apoya en uno de los teóricos más influyentes al respecto, asesor del Japón en su transformación y luchador incansable y convencido, el Dr. Edwards Deming. Están presentes en el trabajo las cuatro fases: **PLANEAR, HACER, VERIFICAR** y **ACTUAR**, que forman no sólo un círculo, sino una espiral en continuo movimiento donde el regreso a la planeación ya es un rediseño avanzado de lo que se aplicó y evaluó.

Uno de los capítulos más interesantes es el referido a la planeación estratégica, las universidades que hagan planeación estratégica, alude la autora, dejarán de trabajar como el departamento de bomberos: apagando incendios sin tener tiempo de prevenirlos.

A una planeación estratégica corresponde una administración estratégica, en tanto que, planear sin acciones queda sólo en el nivel de los buenos deseos.

La planeación estratégica en el ensayo abarca desde el análisis de la institución en la competencia y con sus públicos externos, hasta un diagnóstico interno apoyado por siete herramientas estadísticas, entre las cuales cobra relevancia el diagrama causa-efecto, conocido también como *espina de pescado* o de Ishikawa (quien fue su creador). Este diagrama se vuelve un excelente detector de las principales causas que han dado lugar a cierto efecto, nos ayuda a no confundir causas con efecto y nos permite resolver un alto porcentaje de los problemas causados por el efecto.

La acción educativa se dará en todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, en la vinculación docente investigación, en la revisión cada cinco o seis años del Plan de Estudios, en la coordinación de las prácticas profesionales y el servicio social para vincularlos con la comunidad y los problemas nacionales para contribuir a su resolución.

El ensayo aborda algunas ideas de Phillip Crosby en cuanto a la meta cero defectos y hacerlo bien a la primera. Visto esto como lema de fanáticos de la calidad, sino como una aspiración posible en el momento en que todas las personas involucradas en el proceso funcionen bien de manera simultánea y se den las condiciones para llegar a cero defectos.

Desde luego lo más importante en toda propuesta es logra el cambio, que la gente este convencida y que desee cambiar. Un proceso de calidad total tarda varios años, pero es como una inversión a largo plazo que reditúa en su totalidad una vez consolidada. La última parte del ensayo pone énfasis en el cambio de la cultura organizacional y el papel que la comunicación tiene en ello.

De igual manera se plantea la técnica de los círculos de calidad para conseguir la participación de todos los involucrados en una institución.

El trabajo se constituye en una aportación pionera en este ámbito ya que sin lugar a dudas es un buen principio.

En breve, la Universidad Latinoamericana sacará la publicación para todos los interesados en el tema.

DE LA COMUNICACION y DE NUESTRAS UNIVERSIDADES.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), llevó a cabo su V Asamblea Mundial en el Centro de Convenciones de Oaxtepec, Morelos del 23 al 29 de agosto del presente año.

En esta Asamblea, la AMARC promoverá la radio participativa en la lucha por la democratización de la comunicación. Se convoca a todos aquellos preocupados por el logro de las relaciones comunicativas y plurales, a reflexionar en torno al potencial de las radios Comunitarias como medios de resistencia, fortalecimiento y desarrollo de la identidad cultural de los pueblos y comunidades a las que sirven.

Así como incitar a que todas las comunidades del mundo utilicen los medios de comunicación en función de sus propios proyectos culturales y enriquecer el movimiento internacional de las radios comunitarias.

Dentro de el programa de la V Asamblea Mundial de la AMARC, se contemplan conferencias en torno a «las radios comunitarias en el contexto de los 500 años y los cambios mundiales» así como la reunión de los Comités de Acción de la AMARC.

En Almagro, Ciudad Real, España, se realizó el «Primer Encuentro Intercultural entre España y America Latina», el evento se llevó a cabo en el Instituto de Cooperación Iberoamericano y la Caja de Ahorros de la Cuenca del día 1 al 15 de julio de 1991.

El Encuentro fue organizado por la Universidad Complutense de Madrid en donde participó el prof. del Centro de Servicios y Promoción Social, el Dr. Javier Esteinou Madrid, quien presentó una ponencia bajo el título de «Comunicación y movimientos sociales: El caso de la TV mexicana». En el trabajo se abordan la relación que ha existido entre las empresas audiovisuales mexicanas y la dinámica de la sociedad civil en México.

Los alumnos del taller de Producción de Medios del Diplomado de Comunicación y Relaciones Públicas llevaron a cabo la mesa redonda «Experiencias y Estrategias de Comunicación en las Organizaciones». El evento fue llevado a cabo en las instalaciones del Centro Avanzado de Comunicación el día 3 de junio, con la participación de destacados comunicadores de las siguientes empresas: TELEVISA, ITESM-CEM, COLGATE PALMOLIVE y TELMEX.

El IV Concurso Interuniversitario de Medios organizado por la Universidad Intercontinental, en donde se logró reunir 42 trabajos de video de 18 universidades del país. «Importa Infero» dirigida por Sergio Ulloa se llevó el primer lugar de la Universidad de Guadalajara.

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM llevó a cabo la III Semana de Comunicación «Publicidad y Propaganda, Globalización y Libre Comercio» del día 24 al 29 de febrero de 1991, organizada por ANECO-FCPyS.

A lo largo de la semana se presentaron once conferencias magistrales en donde se destacó el papel de los medios de comunicación respecto a la

publicidad y propaganda nacional frente al TLC, destacando su nivel competitivo en cuanto a la calidad de contenido y producción tecnológica.

El II Encuentro de Escuelas de Comunicación de las «Dos Californias» de San Diego State University fue llevado a cabo los días 4 y 5 de abril de 1991, en el cual participaron universidades de Baja California Sur, Norte y San Diego.

El encuentro giró en torno a conferencias y paneles, donde se tocó la estructura de los medios y teorías de la comunicación.

La Escuela de Periodismo Carlos Septién García, celebró su XL Aniversario con conferencias en torno al tema «Periodismo y Encuentro de Dos Mundos», el día 29 de mayo en el Club de Periodistas de México.

La Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y la Universidad del Claustro de Sor Juana, A.C. organizaron el pasado mes de junio, el seminario de análisis y reflexión «Cultura, comunicación y libre comercio». En éste participaron diversos investigadores y hacedores de la radio, la prensa y la televisión mexicanas. La finalidad del evento, según AMIC, fue la necesidad «urgente de preguntarnos cómo conservar el proyecto cultural independiente del Estado Nación Mexicano en una atmósfera de creciente globalización comunicativa» sobre todo ante la inminente firma del tratado trilateral de libre comercio.

La Universidad del Tepeyac realizó la IX Muestra de Comunicación: «Los Medios de comunicación ante el TLC», realizada del 25 al 29 de mayo.

Se presentaron trabajos de los diferentes géneros periodísticos en donde se tocó el tema de la aceptación de nuestras raíces, las posturas de los mass media ante el TLC, el campo laboral y la mujer y los enfermos de SIDA, etc.

La Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), en coordinación con el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de Comunicación, (CONEICC, vocalía Noreste) y la Universidad Iberoamericana, Plantel Laguna, realizaron el Taller de Formación de Directores de Tesis. El acto se realizó del día 28 al 30 de mayo en las instalaciones de la Universidad organizadora y fué impartido por el Dr. José Carlos Lozano, investigador del colegio de la Frontera Norte.

MOLES, ENLACES, REDES, MENSAJES Y TRANSACCIONES.

Mauricio Guerrero

Centro Avanzado de Comunicación A.C.

Abraham André Moles 1920-1992, falleció el pasado 22 de Mayo, en su país natal víctima del cáncer, a la edad de 72 años. Le sobrevive su inseparable compañera la Dra Elisabeth Rohmer, y un sinnúmero de discípulos dispersos en la comunidad científica internacional. Sin duda un hombre de ciencia, que siempre incursionó en las aventuras del intelecto.

Un hombre de enlaces, enmarcado en la tradición racionalista francesa, abierto al empirismo, perceptivo lo mismo de la fenomenología, que del estructuralismo y la estadística, un ecólogo de lo social, que tomó como principio de explicación el mundo para la defensa del individuo.

Edificador de una ciencia nueva: la comunicación, a la que aportó parte de su saber teórico, metodológico y de las bases epistemológicas; y de la cual el mismo decía «debería ser una explicación global del mundo con el mismo derecho que la física, la biología y la sociología».

Destacado pensador francés, hombre de ideas pregnantes y ricas que nos acerca a la etiología de las cosas, Licenciado en Ciencias Matemáticas, en Filosofía y en Psicología; Diplomado en Ingeniería Electrónica y Ciencias Físicas, por el Instituto Politécnico de Grenoble. Doctorado de Estado en Ciencias Físicas, en Filosofía y en Psicología, por La Sorbona.

Fue cofundador de la revista Francesa Sonido, publicó 269 obras científicas, entre libros, artículos y ensayos que abarcan desde la Filosofía o la Psicología hasta la Física Industrial, pasando por la teoría de la Comunicación, la Fonética, la Lingüística, la Estética, la Teoría de Sistemas y la Cibernética.

Fue maestro del Instituto Luis Pasteur y Director del Instituto de Psicología Social y de las Comunicaciones, de la Universidad de Estrasburgo, Francia. Colaboró en diversas Universidades de Estados Unidos, Alemania y México.

En nuestro país, anualmente asisitía desde su fundación en 1987 al Centro Avanzado de Comunicación A.C., como Profesor Huésped; impartiendo diversos cursos entre los que destacaron: Teoría de la Acción: Costos generalizados y Análisis micropsicológico, Imagen fija funcional

y sus usos y aplicaciones, Micropsicología, Nueva apertura sobre calidad de vida, Creatividad, Productos diseño y publicidad, y Futurología. También colaboraba como Asesor de Televisa y de profesor invitado de la UAM-Azcapotzalco.

Durante su última estancia en México presentó ante la comunidad académica, el 26 de Febrero, su obra «La Imagen: comunicación funcional». En el evento, enfático manifestó « que la comunicación, es la transferencia mediante canales naturales o artificiales, de un fragmento del mundo situado en un lugar y en una época determinada hacia otra época, para influir en el desarrollo de los comportamientos del ser u organismo receptor. De esta manera, la imagen es una cristalización de lo real sensorial». Esta idea de comunicación designa con el nombre de imagen a un sistema de datos sensoriales estructurados, que son producto de una misma escena.

ABRAHAM MOLES, - dijo, Gastón Melo, (su discípulo), el día de la presentación-, es uno de esos Neopositivistas que han venido a revitalizar una buena parte de la teoría social, con ideas originales en torno a la psicología del espacio y de la forma, la teoría de los actos, la redimensión de la acción y los actos, la creatividad y la micropsicología.

Javier Covarrubias, especialista del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM por su parte apunto: a Moles se le reconoce el «tender el puente entre las disciplinas duras y la humanística, para su mejor entendimiento» y «por aportar una visión completa de las diversas teorías científicas».

En Hispanoamérica, es un autor bien conocido a través de sus obras: «Sociodinámica de la Cultura», «Teoría Estructural de la Comunicación», «Teoría y Percepción Estética», «Teoría de los Actos» y «Micropsicología de la Vida Cotidiana» entre los principales, además de la compilación del Diccionario «La Comunicación y los Mass Media», obra traducida a varios idiomas.

Nuestra admiración por el científico, por el maestro nuestro reconocimiento y por el hombre nuestro aprecio.
DESCANSA, QUE TU OBRA TE HARA TRASCENDER
EN EL TIEMPO Y EL ESPACIO.

