

4722A

CCC  
AI  
1566

Federa-  
ción Lati-  
noamericana  
de Asocio-  
nes de Faculta-  
des de Comuni-  
cación Social.

**FELAFACS.**

N° 14



# SUMARIO

## DE LA FEDERACION

- En Bogotá  
CONTINUA ADELANTE ORGANIZACION DEL V ENCUENTRO  
LATINOAMERICANO **4**
- REUNION DEL CONSEJO DIRECTIVO DE FELAFACS  
SE EFECTUO EN BRASIL **9**
- MASIVO APOYO OBTIENE ORGANIZACION DE LA III REUNION  
TECNICA DE POST-GRADOS **8**

## EVENTOS

- PRIMER MERCADO LATINOAMERICANO DE RADIO Y TELEVISION  
SE EFECTUARA EN GUADALAJARA **11**
- La organizó IPAL en Lima  
SE EFECTUO MESA REDONDA SOBRE COMUNICACION Y  
DESARROLLO **12**

## ENSAYO

- Una reflexión de enorme valor para las Escuelas  
LA FORMACION PROFESIONAL DE COMUNICADORES SOCIALES  
EN AMERICA LATINA **15**

## NOTICIAS

- En Chile  
IMPORTANTE PROGRAMA REGIONAL DE EDUCACION PARA LA  
RECEPCION ACTIVA DE LA TV IMPULSA CENECA **34**

## ENTREVISTA

- PROCESOS DE COMUNICACION POPULAR Y ENSEÑANZA DE  
LA COMUNICACION **22**

## DE LAS ASOCIACIONES **29**

## NOTICIAS **19**

## LIBROS Y REVISTAS **36**

## DOCUMENTOS **41**

WALTER NEIRA Dirección  
CIRO PALACIOS Diseño Gráfico  
ELIO LETURIA Arte Final  
MARIO RAZZETO Comentarios  
ISACC LEON Entrevistas  
JORGE DEUSTUA Fotografía  
PROPACEB Impresión

JOAQUIN SANCHEZ GARCIA, S.J.  
WALTER NEIRA BRONTTIS  
CRISTINA ROMO DE ROSELL  
JOSE MARIA RODRIGUEZ VAZQUEZ  
ERASMO DE FREITAS NUZZI  
JOSE DE RECASENS TUSETT

(COLOMBIA)  
(PERU)  
(MEXICO)  
(ARGENTINA)  
(BRASIL)  
(COLOMBIA)

Presidente  
Secretario Ejecutivo  
Directora  
Director  
Director  
Director

Julio de 1986

Secretaría Ejecutiva de FELAFACS  
Apartado 4951, Lima 18, Peru.

FELAFACS no se solidariza necesariamente con los ensayos, entrevistas o documentos publicados en nuestra revista.

# Felafacs

Federación Latinoamericana  
de Asociaciones de Facultades  
de Comunicación Social

## **¡SIRVASE MODIFICAR NUESTRA DIRECCION EN SU DIRECTORIO!**

Nos es grato informarles que FELAFACS cuenta ya con sus propias oficinas que nos permitirán atender más eficientemente a cada uno de nuestros amigos, Facultades y Asociaciones Nacionales integradas en la Federación.

Le rogamos por ello se sirva corregir inmediatamente nuestra dirección en su Directorio, de tal manera que no perdamos el eficiente vínculo que hemos tenido hasta ahora.

Walter Neira B.  
Secretario Ejecutivo  
FELAFACS

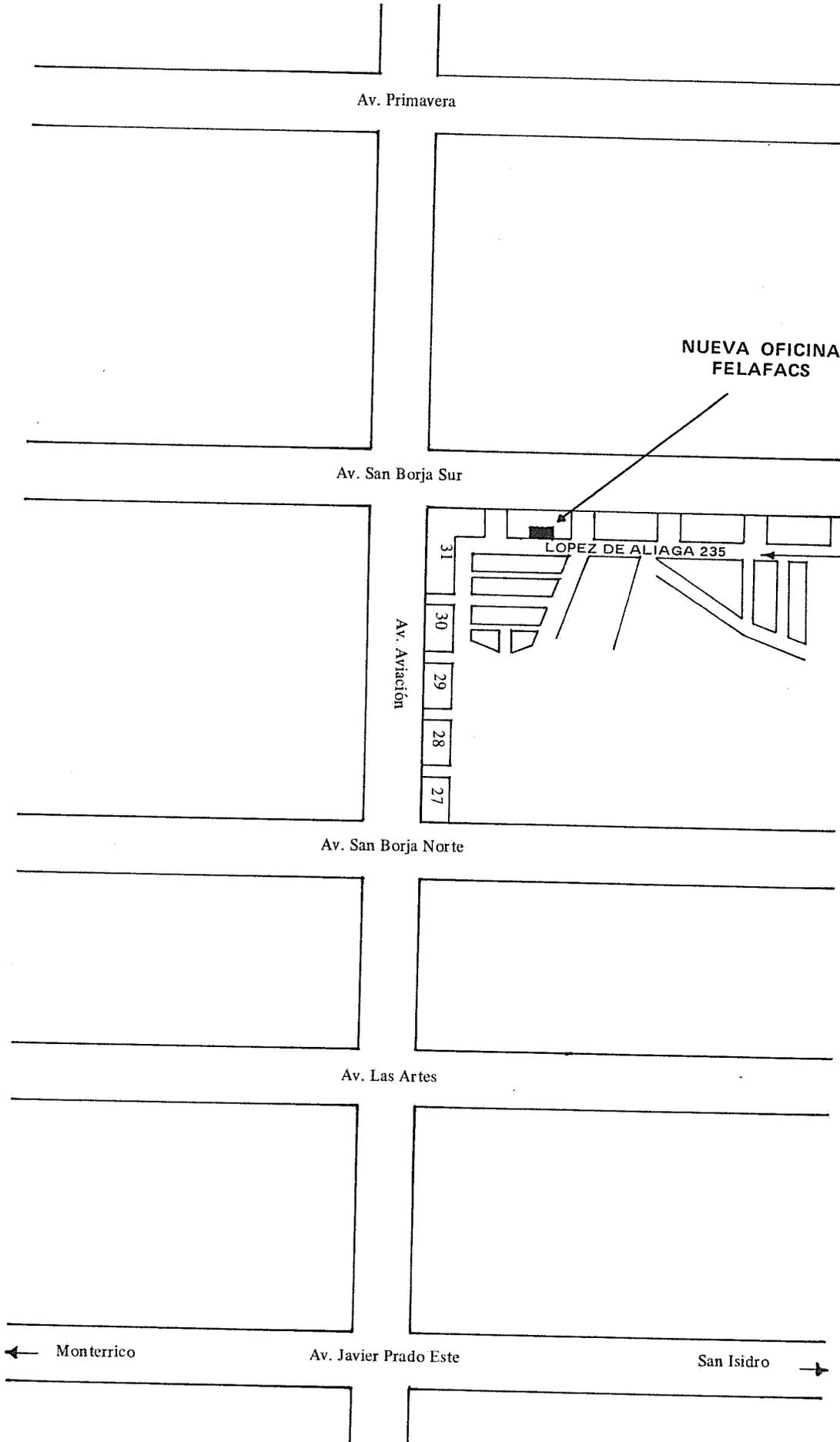
## **NUEVA DIRECCION DESDE EL 15 DE AGOSTO 1986**

Jr. LOPEZ DE AYALA 235  
SAN BORJA, LIMA, PERU  
Teléfono: 42-41-94

NOTA.- Para el envío de correspondencia nuestro Apartado Postal sigue siendo el mismo:

FELAFACS  
Secretaría Ejecutiva  
Apartado Postal 4951  
Miraflores - Lima 18  
PERU.-

# UBICACION GEOGRAFICA NUEVAS OFICINAS FELAFACS



## EDITORIAL

**N**uestra Federación se postula no sólo como un espacio de acción común de las Facultades y Escuelas de Comunicación de América Latina, sino también como instrumento dinamizador del intercambio de experiencias, de los aportes teóricos, de la formulación de propuestas, que hagan posible el desarrollo de la actitud crítica en nuestras Escuelas, así como la vinculación efectiva con la comunidad y con la realidad social en la que desenvolvemos nuestra propia labor como Comunicadores Sociales. Por lo anterior resulta especialmente alentador comprobar que los eventos nacionales desarrollados en los meses que lleva de transcurrido el año 86 y varios de los seminarios internacionales que se han efectuado en la región en estos meses (algunos de ellos bajo nuestro auspicio) han puesto el énfasis ya no en la sola formulación de los diagnósticos sino también en el análisis, en la definición de líneas de acción o de recomendaciones que empiezan a ser canalizadas con una más precisa base de sustentación. Los eventos que reseñamos son un testimonio de lo que aquí precisamos.

De lo anterior se deriva también una necesidad que empieza a dejar de ser una retórica: la integración como factor de desarrollo, como mecanismo indispensable para la consolidación de nuestras instituciones.

Y así como en nuestro Congreso Constituyente, cinco años atrás, señalábamos la necesidad de la acción común de las Escuelas como el único camino que nos puede permitir acortar las distancias y aún superar la brecha que existe hoy en la enseñanza que se imparte en nuestras universidades de aquella que se da especialmente en los países industriales desarrollados, así ahora postulamos también que resulta indispensable tender puentes de una cooperación efectiva entre los Organismos Nacionales o Internacionales que actúan en el área de la Comunicación Social en América Latina.

La necesidad de la organización ha hecho surgir un número significativo de instituciones en los últimos años, pero lamentablemente muchas de ellas se plantean sin ninguna proyección mayor, atomizadas, reducidas al manejo de pequeños proyectos, a la búsqueda de algunos fondos que en el marco de ese aislamiento no pueden ser potencializados.

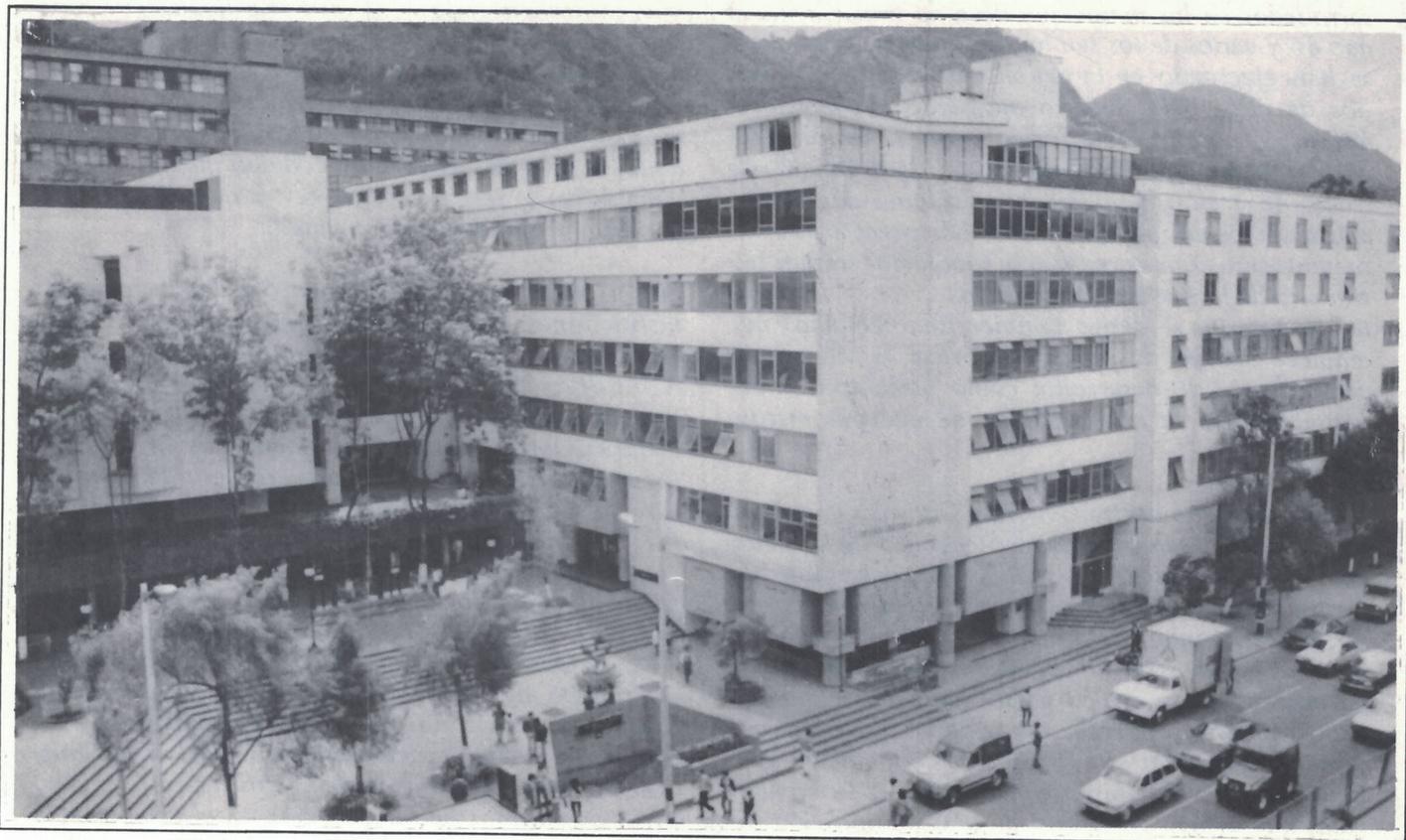
Si hemos reconocido la necesidad de pasar del diagnóstico cuantitativo a la interpretación y de ésta a la definición de propuestas, si constatamos, como ocurre en los últimos eventos que aquí reseñamos, que las conclusiones y recomendaciones que van surgiendo nos obligan a definir y articular nuevas líneas de acción, entonces tendremos que convenir en la importancia de plantear proyectos de cooperación y de acción común entre nuestras diferentes instituciones del área de la Comunicación Social.

De este proceso y de su necesidad tenemos que tomar conciencia todos. Lo contrario nos alejará cada vez más de un proyecto de Comunicación Social que pueda tener utilidad efectiva para nuestros pueblos. Por lo anterior queremos aprovechar esta ocasión para suscribir una línea de compromiso con todos aquellos programas de acción común que se van articulando en la región, acción con la que FELAFACS se siente profundamente vinculada.

Sin el ánimo de desarrollar un listado de todas las instituciones, estimamos que la aparición de ULCRA en el área de la radio y la televisión, la existencia de ALASEI o ASIN en el área de la información, la presencia de Asociaciones de investigación como INTERCOM o ALAIC y la existencia de Organismos Internacionales que se articulan sobre la base de varios ejes de acción como: IPAL, CENECA, CIESPAL, ILET, ILCE, la variedad de instituciones vinculadas con la Comunicación Popular como ALER, el rol fundamental de los comunicadores de Iglesia reunidos en instituciones tan importantes como UNDAAL, WACC-AL, OCIC, UCLAP, etc. nos hablan de un tiempo de efervescencia, de una coyuntura de organización que no puede ser desperdiciada y en donde no existe espacio alguno para el aislacionismo. De los puentes que podamos trazar entre estos y otros organismos que hoy actúan en el campo de la Comunicación Social en América Latina, dependerá en buena medida un avance más significativo que el que hemos tenido hasta ahora en la línea de construcción de un cada vez más urgente Nuevo Orden Internacional de la Comunicación, que garantice no sólo una práctica social, sino también una enseñanza integral comprometida con el desarrollo de nuestros pueblos.

Walter Neira Bronttis  
Secretario Ejecutivo

## En Bogotá CONTINUA ADELANTE ORGANIZACION DEL V ENCUENTRO LATINOAMERICANO



El Comité Organizador del V Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social viene avanzando en los preparativos de este evento que constituye la actividad central de nuestra Federación en el presente año. Como señalamos en el número anterior el V Encuentro se efectuará en la sede de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, del 6 al 10 de octubre del presente año y su organización ha sido encargada a AFACOM, la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación, la que a su vez ha delegado esta responsabilidad en un destacado equipo de profesores de la Pontificia Universidad Javeriana y Universidad Externado.

El tema central del evento: "Nuevas

Tecnologías y Enseñanza de la Comunicación", viene siendo abordado ya por las distintas Asociaciones Nacionales y Facultades que asistirán a Bogotá, para participar de un Encuentro y de un debate que puede resultar de enorme valor para el desarrollo de la Enseñanza de la Comunicación en nuestros países. No cabe duda que las innovaciones tecnológicas actuales anuncian profundos cambios que modificarán la percepción de las estrategias de desarrollo. La convergencia de los componentes electrónicos, computadores y telecomunicaciones en el sector de la información, permite hablar incluso de un "salto cualitativo" durante los próximos veinticinco años que modificará el conjunto de la sociedad. Algunas áreas de impac-

to a corto plazo son: empleo, cambios en los sistemas de producción y administración, flujos de información, privacidad y libertades individuales.

Las nuevas tecnologías ocupan cada día un papel más importante en el dominio económico, político y cultural. El desafío que plantea este cambio y los valores que afecta, requieren replanteamientos concientes y perspectivas claras del manejo crítico y creativo de la enseñanza de estas temáticas en las facultades de comunicación.

El Programa detallado del evento será el siguiente:

**ACTIVIDAD:**  
CONFERENCIAS Y PANEL.  
**LUGAR:**  
Sala José Félix Restrepo S.J.  
Pontificia Universidad Javeriana

**1. TITULO:**  
ASPECTOS TECNOLOGICOS DE  
DE LAS NUEVAS  
TECNOLOGIAS.

**PONENTE:**

Ing. Carlos A. Romero Sanjines.  
Investigador peruano. Director General del INICTEL. Lima. Presidente de la Comisión del Plan de Telecomunicaciones para América Latina y el Caribe del Comité Consultivo Internacional de Telefonía y Telegrafía, CCITT, de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, UIT. Vice-presidente del Comité Directivo permanente de la Conferencia Interamericana de Telecomunicaciones, CITEL. Miembro del Consejo de Administración de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Profesor principal de la Facultad de Ingeniería Eléctrica y Electrónica de la Universidad Nacional de Ingeniería, Lima, Perú.

**FECHA:**

6 de octubre de 1986.

**HORA:**

09.00 a.m.

**PANELISTAS:**

Dr. Jorge Philips. Director Centro Regional de Informática. Presidencia de la República.

Dr. Eduardo Aldana. Director Ciencias.

Dr. José De Recasens. Decano Facultad de Comunicación Social. Universidad Externado de Colombia.

Dr. Erasmo de Freitas. Presidente ABECOM. Brasil.

Dr. Azriel Bibliowiz. Asesor Posgrados. Universidad Externado de Colombia.

Dr. Jaime Glottman. Presidente J. Glottman S.A. Presidente ICASA.



**2. TITULO:**  
INVESTIGACION Y NUEVAS  
TECNOLOGIAS.

**PONENTE:**

Dr. Rafael Roncagliolo.  
Investigador peruano. Presidente del Instituto para América Latina, IPAL (1983).  
Director del Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional. Lima, Perú. Miembro fundador de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación, ALAIC.  
Miembro del Internacional Council of the International Association of Mass Communication Research, IAMCR/AIERI. Profesor de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

**FECHA:**

7 de octubre de 1986

**HORA:**

09.00 a.m.

**PANELISTAS:**

Dr. Hernán Toro. Decano Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle. Colombia.

Dr. José María Rodríguez. Director Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social. Universidad del Salvador, Argentina.

Dra. Patricia Anzola. Presidente ALAIC.

Dr. Carlos Cortes. Director Posgrado de Sistemas. Universidad Nacional de Colombia.

Dr. Hernando Bernal. Director General ACPO. Colombia.

Dr. Milton Gerardo Muñoz. Jefe de la División de Divulgación. ICATIBAITATA. Colombia.

Pdre. Manuel Uribe. Director CINEP. Bogotá. Colombia.

**3. TITULO:**  
NUEVAS TECNOLOGIAS Y  
POLITICA.

**PONENTE:**

Dra. Fátima Fernandez Chrislieb.  
Investigadora Mexicana. Presidente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC. (1979 - 80). Investigadora del Centro de Estudios de la Comunicación de la Universidad Autónoma de México.

**FECHA:**

8 de octubre de 1986.

**HORA:**

09.00 a.m.

**PANELISTAS:**

Dra. Teresa Quiroz Velasco. Presidente de APFACOM. Lima, Perú.

Dra. Julieta Montoya. Decana Facultad de Comunicación. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia.

Dr. Hernando Martínez. Investigador CINEP. Colombia.

Dr. Walter Neira Bronttis. Secretario Ejecutivo FELAFACS. Perú.

Pdre. Javier Sanin. Decano Facultad de Estudios Interdisciplinarios, FEIC. Bogotá.

Dr. Richard Hogeboom.

**4. TITULO:**  
NUEVAS TECNOLOGIAS Y  
ESCUELAS DE COMUNICACION;

**PONENTE:**

Dr. Raúl Fuentes Navarro.  
Mexicano. Presidente del Consejo

# DE LA FEDERACION

Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, CONEICC.

Responsable del Centro de Documentación sobre Comunicación en México. Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO, Guadalajara. Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC.

**FECHA:**

9 de octubre de 1986.

**HORA:**

09.00 a.m.

**PANELISTAS:**

Dr. Onofre De la Rosa. Director Departamento de Comunicación. Universidad Autónoma de Santo Domingo. República Dominicana.

Pdre. Joaquín Sánchez S.J. Presidente FELAFACS. Decano Facultad de Comunicación Social. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.

Dr. Jesús Martín Barbero. Presidente de CLACSO. Universidad del Valle. Cali, Colombia.

Dr. Eduardo Ramos. Jefe de proyecto PNCA. IICCA. Colombia.

Dra. Teresa Gutierrez. Coordinadora de Centro de Información. Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA. Colombia.

**5. TITULO:**

**NUEVAS TECNOLOGIAS Y EJERCICIO PROFESIONAL**

**PONENTE:**

Ing. Oscar Jaramillo  
Investigador Colombiano

**FECHA:**

10 de octubre de 1986.

**HORA:**

09.00 a.m.

**PANELISTAS:**

Dr. Carlos H. Gómez. Decano Facultad de Comunicación. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Colombia.

Pdre. Gabriel Jaime Pérez S.J. Director del Departamento de Expresión. Facultad de Comunicación Social. Pontificia Universidad Javeriana.

Dr. Rafael Santos. Jefe de Redac-

ción. Periódico El Tiempo. Colombia.

Dr. Juan Gossain. Director Noticiero. RCN. Radio Cadena Nacional. Colombia.

Dr. Hipólito Donoso. Decano Facultad de Comunicación Social Universidad de Panamá.

Dr. Luis Bernardo Peña. Editorial NORMA.

Dr. Alvaro Cohen. Gerente encargado. Carvajal y Cia. Colombia.

Ing. Miguel Fernando Cardona. Jefe Departamento de Comunicaciones de Carvajal y Cia.

**ACTIVIDAD:**

**MESAS REDONDAS.**

**LUGAR:**

Auditorio José Félix Restrepo  
S.J.

Pontificia Universidad Javeriana.

**1. TEMA:**

**SOCIEDAD INFORMATIZADA EN EL AÑO 2000. PERSPECTIVAS.**

**FECHA:**

7 de octubre de 1986.

**HORA:**

06.00 - 09.00 p.m.

**INVITADOS ESPECIALES:**

- I.B.M. de Colombia.
- Xerox de Colombia
- Kodak
- Renault
- Carvajal S.A.
- R.T.I. Televisión
- Banco del Estado
- El Espectador
- Seguros Skandia
- Caja de Compensación Familiar, CAFAM.
- Centro Regional de Informática. Presidencia de la República.
- Asociación Colombiana de Usuarios de Computadores, ACIS.

**2. TEMA:**

**NORMATIZACION DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACION.**

**FECHA:**

9 de octubre de 1986.

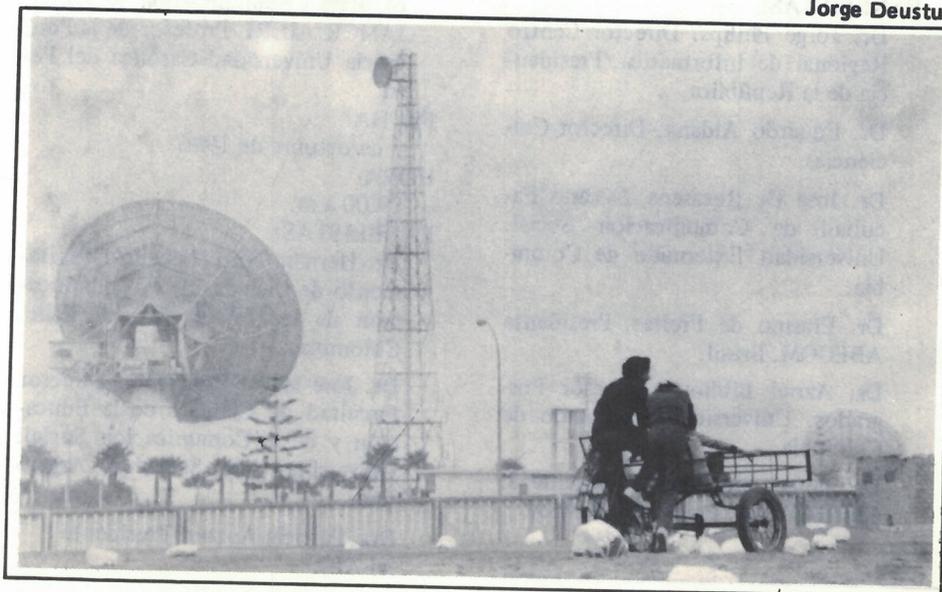
**HORA:**

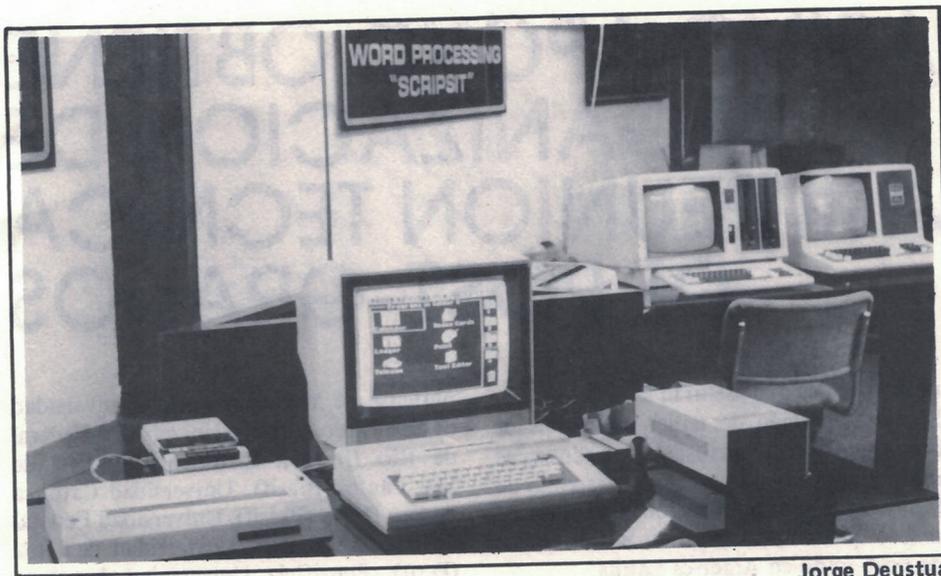
06.00 - 09.00 p.m.

**INVITADOS ESPECIALES:**

- Instituto Nacional de Radio y Televisión, INRAVISION.
- TELECOM
- ADPOSTAL
- Circulo de Periodistas de Bogotá, C.P.B.
- Instituto Colombiano de Cultura, COL-CULTURA.
- CIESPAL

Jorge Deustua





Jorge Deustua

- UNESCO
- Pacto Andino
- Departamento de Planeación Nacional.
- Asociación Colombiana de Televisión, ACOTEVE.
- ALASEI
- Radio Cadena Nacional, R.C.N.

**3. TEMA:**  
USO SOCIAL DE LAS NUEVAS  
TECNOLOGIAS.

**FECHA:**  
9 de octubre de 1986

**HORA:**  
06.00 - 09.00 p.m.

**INVITADOS ESPECIALES:**

- CINEP
- ICETEX
- Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.
- COLCIENCIAS
- Colegio Nueva Granada.
- Servicio Civil
- Instituto Colombiano Agropecuario, ICA.
- Las Gaviotas
- Acción Cultural Popular, ACPO.
- Instituto Ser de Investigaciones

**FECHA:**  
6 al 10 de octubre de 1986

**HORA:**  
02.00 - 06.00 p.m.

**INVITADOS ESPECIALES:**

- I.B.M. de Colombia
- Embajada de los Estados Unidos
- Periódico El Tiempo
- Embajada de Francia
- TELECOM
- Sony
- Embajada de Japon
- Philips
- Embajada de Inglaterra
- Embajada de la U.R.S.S.
- Avianca
- R.C.N.
- Kodak

**Para inscripciones e informes dirigirse a:**

- Facultad de Comunicación Social Pontificia Universidad Javeriana Carrera 7 No. 40-82 Bogotá, Colombia. Telf. 2883788 / 2326568
- Facultad de Comunicación Social Universidad Externado de Colombia Calle 12 Nr. 1 - 17 Este Bogotá, Colombia. Telf. 2826066
- FELAFACS Apartado Aéreo 7883 Bogotá, Colombia.

**ACTIVIDAD:**  
EXPOSICIONES DIDACTICAS.  
**LUGAR:**  
Coliseo Universitario  
Pontificia Universidad Javeriana

# PROYECTO DE BIBLIOTECAS - FELAFACS ES YA UNA REALIDAD

Como estaba previsto en el plan de trabajo para el presente año, FELAFACS dió forma a un proyecto piloto de apoyo bibliográfico que beneficiará en esta primera ocasión a ocho Facultades de Comunicación Social de América Latina, cuyas necesidades de documentación hayan sido detectadas como más urgentes por nuestra última investigación sobre la situación de la formación académica en la región.

FELAFACS pretende llegar en tres años a equipar con libros a cerca de 40 Facultades en América Latina, proyecto que será centrado estrictamente en aquellas que muestran más dificultades para iniciar proyectos de este tipo.

Beatriz Solis, destacada investigadora y profesora universitaria de la UAM - Xochimilco de México, coordinadora de la revista "Comunicación y Cultura" y experta en la publicación de libros, ha aceptado el pedido de FELAFACS para elaborar la lista de libros, efectuar las compras y envíos del material a las universidades designadas.

El lote de libros que recibirá cada Facultad será más o menos de entre 250 a 300 títulos diferentes que abarcan las áreas más diversas de la Comunicación Social, con énfasis en los aportes latinoamericanos.

Todas las universidades que se beneficiarán con este proyecto deben pertenecer a FELAFACS. La lista el primer año incluye a las siguientes universidades:

Universidad Nacional José Simeón Cañas de El Salvador, Universidad Autónoma de Santo Domingo en República Dominicana, Universidad Centroamericana de Nicaragua, Universidad Rafael Landívar de Guatemala, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cuzco - Perú, Universidad Católica Boliviana de Bolivia, Universidad del Valle en Cali - Colombia y Universidad Nacional del Comahue en Rio Negro - Argentina.

Debemos señalar que cada universidad seleccionada deberá presentar a FELAFACS una propuesta organica del modo en que funcionará su Centro de Documentación, de la manera en que se arti-



# MASIVO APOYO OBTIENE ORGANIZACION DE LA III REUNION TECNICA DE POST-GRADOS

Continúa adelante la organización de la III Reunión Técnica de Cursos de Post-gradado en Comunicación Social de América Latina. El evento convocado por nuestra Federación, INTERCOM y ABECOM se efectuará del 5 al 7 de setiembre próximo en la sede de la Universidad de Sao Paulo y en el marco del IX Ciclo de Estudios Interdisciplinarios de INTERCOM.

Los primeros días de mayo el Consejo Directivo de FELAFACS se reunió con los representantes de las dos instituciones brasileñas con quienes compartimos la organización de esta III Reunión Técnica. Por FELAFACS asistieron: Joaquín Sánchez, Walter Neira, Cristina Romo y José María Rodríguez Vásquez. Por ABECOM estuvo Erasmo De Freitas y por INTERCOM participaron Gaudencio Torquato Do Rego, José Marques de Melo, Luis Fernando Santoro y Onésimo De Oliveira.

En la reunión de coordinación las tres instituciones nos pusimos de acuerdo sobre los términos de la convocatoria que ya está siendo remitida por los compañeros brasileños. Se señaló que lo que se pretende con este evento es pasar de una etapa de diagnóstico, que ya fué hecho en anteriores ocasiones, para centrarse sobre todo en un análisis de las experiencias que en materia de Post-gradado han tenido las

universidades que asistirán al evento.

Se trata también de poder comparar los instrumentos de análisis, las propuestas metodológicas y el grado de desarrollo de la investigación, publicación y difusión de textos que utilizan y producen los cursos de Post-gradado en América Latina.

El evento será también una ocasión propicia para estudiar los mecanismos a través de los cuales se puede hacer posible un amplio programa de intercambio y de cooperación horizontal entre los Post-gradados de Comunicación en América Latina y entre ellos y las Facultades que no cuentan con este nivel de formación en la región.

Hasta el momento las universidades que han confirmado su asistencia son las siguientes:

Universidad de Chile, Universidad Central de Venezuela, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) de México, Universidad Autónoma de México (UNAM), Universidad Iberoamericana (México), Universidad Com-

plutense de Madrid (España), Universidad de Sao Paulo (Brasil), Universidad Federal de Rio (Brasil), Instituto Metodista de Sao Paulo (Brasil), Universidad Católica de Sao Paulo (Brasil), Universidad Federal de Brasilia (Brasil), Universidad de Lima (Perú), Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia), Universidad del Valle (Colombia), Universidad Autónoma de Panamá y Universidad de Guayaquil (Ecuador).

Se espera aún la confirmación de la Universidad de Puerto Rico y la Universidad Regiomontana de México que cuentan con estudios de Post-gradado y probablemente asistirán también representantes de la Universidad Autónoma de Barcelona (España), Universidad Nueva de Lisboa (Portugal) y el Instituto Superior de Artes y Ciencias Sociales de Chile.

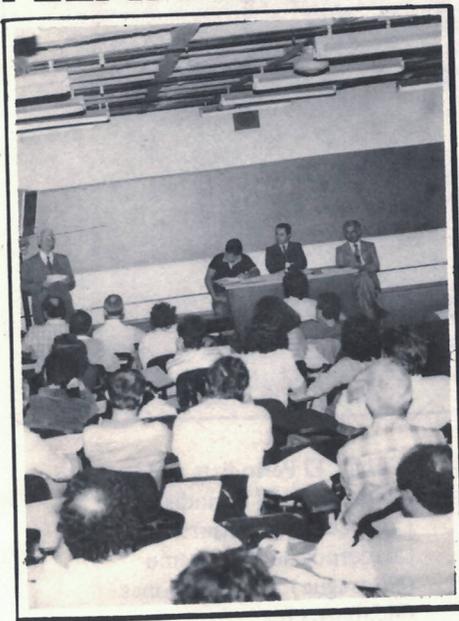
Como podemos constatar la convocatoria de FELAFACS ha tenido un respaldo masivo, por lo que nos atrevemos a señalar que sus resultados serán de gran valor para nuestro trabajo académico en América Latina.



culará con las distintas áreas de formación de la Facultad o Escuela y deberá precisar los mecanismos a través de los cuales estima posible seguir incrementado su línea de documentación.

Este programa cuenta también con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer.

## PROGRAMA DE BECAS PARA PROFESORES ESTABLECE FELAFACS



FELAFACS y la Fundación K. Adenauer acordaron impulsar un programa de becas que tiene como propósito contribuir a la especialización de profesores de las Facultades de Comunicación Social que se hayan incorporadas en FELAFACS.

El Programa será anual y se incrementará de acuerdo con las posibilidades de la fuente financiera ya señalada. Para el presente año 1986 el Programa se centrará en la elección de tres profesores del área centroamericana, de aquellas universidades que hayan mostrado más interés en el Plan de Becas FELAFACS.

Cada una de las becas es por un período de dos años, con el objeto de optar a una de las maestrías que se ofrecen en las Universidades de América Latina. Se incluye el pago del pasaje aéreo de ida y vuelta, los costos de matrícula y pensiones y una asignación para mantenimiento en el país señalado para los estudios.

FELAFACS viene ajustando las coordinaciones para que el ITESO de Guadalajara - México, pueda recibir en esta ocasión a los tres primeros becarios. Igual propósito se viene promoviendo en los Programas de Post-grado en Brasil y especialmente con los de la Universidad de Sao Paulo e Instituto Metodista que han mostrado su interés ya por consolidar un proyecto de esta naturaleza con FELAFACS.

## FELAFACS FUE RECONOCIDA POR EL GOBIERNO PERUANO

Con fecha 3 de abril del presente año y tal como consta en la Resolución Directoral No. 0163 emitida luego de un minucioso estudio por el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, con la opinión favorable del Ministerio de Educación, se reconoció a FELAFACS como Institución Privada de Cooperación Técnica Internacional acreditada ante el Gobierno Peruano. Con este reconocimiento, la Oficina de la Secretaría Ejecutiva de FELAFACS, que funciona precisamente con sede permanente en Lima-Perú, podrá cumplir normalmente con las actividades que debe desarrollar en el área de la enseñanza de la comunicación.

Este logro, que no hace sino oficializar la presencia que FELAFACS tenía ya en el Perú, se une al reconocimiento legal que FELAFACS había alcanzado algún tiempo atrás en los Registros Públicos del Perú.

## REUNION DEL CONSEJO DIRECTIVO DE FELAFACS SE EFECTUO EN BRASIL

Aprovechando de la realización del I Congreso Brasileño de Enseñanza de la Comunicación y con el explícito propósito de apoyar ese evento, se reunió en Sao Paulo El Consejo Directivo de FELAFACS para celebrar allí su VIII Reunión Ordinaria, la misma que se efectuó igualmente del 12 al 16 de mayo pasados.

En la reunión que contó con la asistencia del Presidente, Secretario Ejecutivo y Directores de FELAFACS, se aprobó el plan de trabajo para el trienio 87 - 89, elaborado por Joaquín Sánchez y Walter Neira. Este plan de trabajo, que será expuesto en detalle en la Asamblea General de octubre, constituye un paso extraordinario

en el desarrollo de FELAFACS y ha sido presentado ya a la Fundación Konrad Adenauer, quien se ha mostrado muy entusiasmada con el mismo. Podemos adelantar que la solicitud de cooperación se encuentra siendo contemplada ya por el Ministerio de Cooperación Técnica de Alemania Federal.

En la reunión nuestros directivos pudieron saber también del Programa de Becas aprobado por la misma Fundación, tal como detallamos en nota aparte, del plan de viajes de coordinación del Presidente y Secretario Ejecutivo, del Proyecto de Publicaciones de FELAFACS, del

directorio de Facultades de Comunicación que será próximamente actualizado y de los avances producidos alrededor de la investigación sobre la formación profesional de comunicadores en América Latina, cuyo último informe se publica en este número.

Igualmente los directivos dieron forma a un documento de síntesis de las propuestas de reforma de Estatutos que estará circulando entre nuestras facultades antes del V Encuentro. Con ello se pretende facilitar el trabajo de modificación estatutaria que se efectuará en la Asamblea General.

# EVENTOS



Se realizará en el marco del IX Ciclo de INTERCOM

## I ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE EDITORES DE REVISTAS DE COMUNICACION EN SAO PAULO

Organizado por INTERCOM, en el marco del IX Ciclo de Estudios Interdisciplinarios, se efectuará un evento que reunirá a los editores de revistas de comunicación en América Latina, Estados Unidos y Europa. El Encuentro se efectuará los días 1o. y 2 de setiembre y en el se pretende realizar un diagnóstico sobre las condiciones de producción y divulgación de la investigación de la comunicación en los países iberoamericanos, a través de sus canales de difusión. Se pretende reunir, por primera vez, a los investigadores que editan periódicos

especializados en comunicación para conocer sus problemáticas y buscar formas de cooperación que aproximen a las comunidades académicas nacionales actuantes en esta área del conocimiento.

El temario del evento incluye:

1. Políticas editoriales: proceso de producción y difusión del conocimiento nuevo.
2. Cooperación iberoamericana: Promoción, distribución, traducción e intercambio.

Entre las revistas especializadas que han sido invitadas podemos mencionar:

- a) Latinoamericanas: Revista FELAFACS (Perú), Chasqui (Ecuador), Cultura Popular (Perú), Materiales para la Comunicación Popular (Perú), Comunicación (Venezuela), Revista del ININCO (Venezuela), Comunicación y Cultura (México), Cuadernos del TICOM (México), Revista de Comunicación (Bucaramanga), Signo y Pensamiento (Colombia), Comunicación UNDA-AL (Argentina), Video Forum (Venezuela), Cine Cubano

(Cuba), El Periodista Colombiano (Colombia), El Periodista (Venezuela), Contratexto (Perú), Cuadernos de Periodismo (Nicaragua), Connotaciones (México), etc.

- b) Europeas: ANALISI (Barcelona), Gaceta de la Prensa Española (Madrid), Nueva Publicidad (Madrid), Publitécnica (Madrid), Revista de Comunicación y Lenguajes (Lisboa), Cuadernos de Periodismo (Porto).
- c) Norteamericanas: Studies in Latin American Popular Culture (New Mexico), Latin American Literary Review (Pittsburgh), Latin American Music Review (Texas).
- d) Brasileiras: INTERCOM - Revista Brasileira de Comunicação (Sao Paulo), Comunicação y Sociedad (San Bernardo Campo), Comunicación y Artes (Sao Paulo), Geraes (Belo Horizonte), Comunicación y Política (Río), Comunicación Social (Fortaleza), Comunicación y Cultura (Porto Alegre), Revista de Comunicación (Río), Letras y Comunicación (Caxias do Sul), Cuadernos de Periodismo y Editoriación (Sao Paulo), etc.

## **PRIMER MERCADO LATINOAMERICANO DE RADIO Y TELEVISION SE EFECTUARA EN GUADALAJARA**

En calidad de primicia podemos anunciar que ULCRA, la Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión y la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de México, organizarán este año el Primer Mercado Latinoamericano de Radio y Televisión. El evento se efectuará en el hermoso Hospicio Cabañas de la ciudad de Guadalajara, en el Estado de Jalisco México, del 27 al 31 de octubre próximo.

Como hemos informado ampliamente en otros números de FELAFACS, ULCRA es un Organismo Regional permanente de consulta, coordinación, cooperación y promoción de las actividades de radiodifusión de servicio público. Está integrada por empresas, instituciones y organizaciones de radiodifusión de servicio público, de propiedad estatal, no gubernamental, o mixta, sin fines de lucro.

A la fecha participan en ULCRA empresas de radio y televisión de 15 Estados de la región, así como varios organismos no gubernamentales entre los cuales es preciso destacar la presencia de ALATU (Asociación Latinoamericana de Teleducación Universitaria), WACC-AL (Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas) y UNDA-AL (Asociación Católica Latinoamericana para la Radio y Televisión).

En el Primer Mercado (MELA) se pretende exhibir, comercializar o intercambiar programas de radio y programas de televisión producidos por las emisoras, centros de producción o instituciones de América Latina, que no han tenido hasta la fecha la posibilidad efectiva de un mecanismo que haga viable la difusión y distribución de los esfuerzos de producción que en el área de radio y televisión han tenido muchas empresas de América Latina.

En FELAFACS entendemos que este

esfuerzo resulta especialmente importante para el futuro de la Comunicación Social en América Latina, precisamente porque hasta ahora hemos vivido atados a monopolios que han impedido una efectiva utilización de los muchas veces valiosos y destacados esfuerzos de producción de radio y Tv. en la región. Este hecho también ha contribuido a la vigencia de una situación de incomunicación entre nuestros pueblos y de América Latina con relación a otros continentes. Estimamos por ello que todo esfuerzo que se haga por dinamizar la producción de nuestros propios programas es hoy —más que nunca— un factor clave en la lucha por un orden más justo en la comunicación internacional, pero es clave también generar mecanismos que hagan posible el intercambio, el conocimiento de lo que se produce en cada uno de nuestros países, conocimiento que nos ayudará a comprendernos mejor. Igualmente resulta alentador contar con un instrumento de comercialización de nuestra producción, atrapada por falta de canales de este tipo y en consecuencia condenada también a una vigencia muy breve. La posibilidad de vender es al mismo tiempo la posibilidad de consolidar un proyecto diferente de radio y televisión al cual tienen derecho los países de América Latina. Esta cuestión no sólo es pertinente para las instituciones de

radiodifusores estatales o culturales, sino incluso para los propios proyectos privados de carácter comercial, que en muchos casos tampoco han tenido canales efectivos de distribución. Por todo ello saludamos esta estupenda iniciativa de ULCRA y RTC de México.

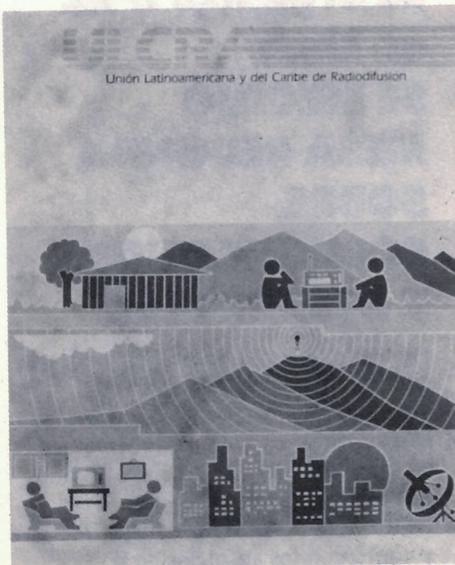
Comentando más en detalle el proyecto del MELA podemos señalar que todas las instituciones productoras de radio y Tv., canales o emisores, universidades o asociaciones podrán solicitar ambientes que serán adecuadamente equipados para permitir la exhibición de las producciones que se pretenda vender o intercambiar. Por ello, la muestra se organizará en función de géneros que ordenen el programa.

Entre los géneros que se piensa diferenciar podemos señalar: radio y TV informativa, radio y TV cultural, radio y TV educativa, radio y TV humorística, etc.

Otra cuestión que será abordada por los participantes al Primer MELA será un forum sobre Experiencias e Investigaciones de las nuevas teorías y tendencias vigentes en la producción de programas de radio y TV.

Finalmente se pretende también organizar paralelamente al MELA, una exposición de equipos para radio y TV, con énfasis en los avances tecnológicos producidos en los últimos años.

En el próximo número de FELAFACS, daremos a conocer el programa del evento.



## **INVESTIGADORES DE LA COMUNICACION TENDRAN ENCUENTRO EN INTERCOM**

Del 3 al 5 de setiembre y como parte de las actividades oficiales del IX Ciclo de INTERCOM, se efectuará en Sao Paulo el I Encuentro Iberoamericano de



## EVENTOS



Investigadores de la Comunicación. El evento cuenta con el co-patrocinio de ALAIC, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación y tiene como objetivos: proporcionar un diálogo entre los investigadores brasileños y sus pares de la América Hispánica y de la Europa Ibérica, así como también con otros científicos de la comunicación de países no ibéricos, pero dedicados a estudiar temas de la industria cultural y de la cultura popular en esa área geo-cultural. Permitir también una confrontación de experiencias metodológicas, a modo de intentar futuros programas de cooperación entre las universidades e institutos de investigación de los diferentes países incluídos.

Un objetivo complementario es el propuesto por la ALAIC para la realización de su Asamblea periódica, ocasión en que serán definidas las líneas de esa entidad para la próxima gestión.

El ante proyecto de temario (sujeto a ajustes) que ha llegado a la Secretaría de FELAFACS incluye:

- a) La investigación de la comunicación en los años 80: temáticas hegemónicas y emergentes.
- b) Las condiciones de trabajo de los investigadores de la comunicación: actuación en el Estado, en la universidad, en las empresas y en los movimientos sociales.
- c) Posibilidades de Cooperación Internacional: el papel de ALAIC y de las Asociaciones Nacionales de investigadores de la comunicación.

Entre las instituciones invitadas podemos señalar que se pretende obtener la adhesión de investigadores de las universidades españolas: Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Navarra y otras; las universidades portuguesas: Universidad Nueva de Lisboa y Universidad Católica y el Centro de Formación de Periodistas de Porto. Después,

naturalmente, investigadores vinculados a instituciones gubernamentales o privadas, de carácter no universitario, de aquellos países europeos.

De América Latina, se cuenta con la presencia de los científicos vinculados a las asociaciones nacionales que integran a ALAIC; AVIC (Venezuela), ACICS (Colombia), ADIC (República Dominicana), AMIC (México), ABIC (Bolivia), AAICC (Argentina), APEIC (Perú), AICC (Chile), etc. Igualmente, se espera la participación de los investigadores actuantes en

instituciones particulares o públicas como: ILET, IPAL, CIESPAL, ININCO, TICOM, CICOSUL, ALATU, CEMEDIM, ALER, UNDA-AL, Centro Jesus Maria Pellin, CELADEC, TAREA, también de muchas otras. Serán acogidos de la misma manera los investigadores vinculados a universidades y centros de investigación norteamericanos, canadienses, europeos, asiáticos y africanos que se dedican o se interesan por objetos de investigación de la comunicación en las áreas iberoamericanas.



### **La organizó IPAL en Lima SE EFECTUO MESA REDONDA SOBRE COMUNICACION Y DESARROLLO**

De trascendental importancia podemos considerar los resultados que se alcanzaron en la Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo, efectuada en Lima del 21 al 23 de mayo pasado. El evento fué organizado por el Instituto para América Latina (IPAL) y contó con los auspicios de la

UNESCO, del Sistema Económico Latinoamericano (SELA), la Junta del Acuerdo de Cartagena (JUNAC) y la Fundación Friedrich Ebert.

La importancia de los participantes, la calidad de las exposiciones, el valor de las recomendaciones y conclusiones quedó consignada en una serie de documentos que serán próximamente publicados por el IPAL y en este logro debemos destacar especialmente la tenacidad con la cual vienen trabajando en esta joven institución, el destacado investigador peruano Rafael Roncagliolo y un selecto grupo de colaboradores en quienes recayó buena parte del éxito de la cita. El evento en el que también participó FELAFACS a través de nuestro Secretario Ejecutivo Walter Neira,

contó con más de 20 invitados extranjeros y 70 peruanos en representación de muy destacadas instituciones vinculadas con el Desarrollo, la Integración y la Comunicación.

Podemos señalar —entre ellos— la presencia de Felipe Herrera de Chile, el Embajador Sebastian Allegret (Secretario Permanente del SELA), Antonio Pasquali y Luis Ramiro Beltrán de la UNESCO, Juan Diaz Bordenave, Héctor Schmucler, Alejandro Alfonso (SISTERACT), el Embajador Guido Grooscors (Presidente de ULCRA), Armando Vargas (Secretario Ejecutivo de ULCRA), Ricardo Sol (Consejo Superior Universitario Centroamericano), Peter Shenkel (Fundación F. Ebert), Andres Leon (CIESPAL), José Antonio Mayobre (ASESORAC), Susan Benson (OEA), Hernando Bernal (ACPO), Carlos Calderón (ASETA), Alfredo Costa Filho (ILPES), David Valenzuela (Fundación Interamericana), etc. Entre los peruanos merece destacarse la participación de Ignacio Basombrío (Universidad del Pacífico), Roger Guerra-García (Asociación de Investigación y Docencia en Población), Carlos Romero Sanjines (INICTEL) y el propio Rafael Roncagliolo.

El evento fue inaugurado por Javier Tantalean Arbulu, Jefe del Instituto Nacional de Planificación del Perú y clausurado por el Primer Ministro Peruano Doctor Luis Alva Castro, quien aprovecho la ocasión para efectuar un pronunciamiento pocas veces visto en evento de este tipo, en el cual fijo la política de alineamiento del gobierno peruano en la lucha por un nuevo Orden Internacional de la Comunicación. Este discurso puede ser definido como el más claro expuesto hasta ahora por el gobierno peruano en materia de políticas de comunicación.

La Mesa Redonda estuvo articulada por un conjunto de conferencias que eran expuesta al pleno de los participantes e inmediatamente después comentadas por los asistentes al evento. La última jornada fue dedicada a elaborar y aprobar las recomendaciones y conclusiones, que

aquí señalamos:

I. El proceso de la comunicación no debe ser restringido a la dimensión de los medios masivos y mensajes, por el contrario es necesario que su estudio se extienda a las implicaciones económicas culturales y políticas que la información tiene en las sociedades modernas.

En especial deberá incluirse en el análisis de la comunicación todo lo concerniente a las nuevas tecnologías que influyen tanto en la generación, procesamiento,

características de la región. Esto es especialmente válido y urgente en la coyuntura actual de la región cuando se requieren respuestas propias a las crisis que afectan a la misma.

IV. La búsqueda de soluciones a esa crisis, especialmente las relacionadas con la deuda externa, requiere una difusión importante y didáctica de las acciones tomadas y de las propuestas de los diferentes gobiernos a fin de que la opinión pública nacional y regional pueda participar adecuadamente en el debate y, a través de este,



Jorge Deustua

almacenaje, transformación y difusión de la información, principalmente en relación con los países del tercer mundo.

II. Los procesos y modelos de desarrollo, entendidos globalmente, están íntimamente ligados, sin embargo, a aquellos propugnados explícita o implícitamente por los sistemas de comunicación imperantes y notablemente por aquellos dedicados a la difusión masiva de informaciones.

III. La especificidad de América Latina en todos los ámbitos, incluyendo el de la comunicación, requiere un enfoque específico y original que responda realmente a las

en la toma de decisiones sobre un tema que compromete su futuro.

V. La defensa de los procesos democráticos existentes y su perfeccionamiento hacia modelos más justos y participativos requiere sistemas de comunicación realmente abiertos al pluralismo y la libertad de expresión, de informar, de ser informado y de acceso real a la formulación de mensajes y a los canales para su difusión.

VI. En tal sentido, las nuevas tecnologías de la comunicación abren perspectivas interesantes,





importantes y potencialmente útiles, pero esas nuevas tecnologías no pueden ser recibidas o vistas acriticamente sino que requieren que se asuman responsablemente con miras a una respuesta propia para su utilización.

VII. Es necesario plantearse el costo social, económico, político y cultural que significa la incorporación de estas nuevas tecnologías o su rechazo.

VIII. Igualmente deben considerarse sus posibles efectos sobre los sectores marginados de la población, incluyendo la probabilidad de que su falta de acceso al proceso tecnológico aumente aún más su marginalización y la haga permanente.

IX. En este orden de ideas se mantiene vigente la necesidad de establecer políticas de comunicación nacionales y regionales que busquen la defensa de la seguridad económica e identidad cultural de la región y de la especificidad del ser latinoamericano. Esto incluye la conveniencia de estudiar lo que debe ser el modelo en cada país de un desarrollo integrado de las telecomunicaciones y la comunicación.

X. La región cuenta con los recursos humanos, técnicos y de comunicación tradicional y alternativa como para hacer frente a los retos que se posan, pero es necesario darles el apoyo necesario para potenciarlos a fin de que puedan cumplir sus funciones a cabalidad.

XI. Es importante recordar y reconocer la importancia de las conclusiones de la Conferencia sobre Políticas de Comunicación en América Latina, celebrada

hace 10 años en San José de Costa Rica y cuya importancia es capital para el proceso de desarrollo de la comunicación en la región.

XII. El momento que vive América Latina es particular, importante y oportuno para re-enfocar los planteamientos e impulsar de nuevo las actividades en comunicación a nivel de los gobiernos y de los organismos regionales.

Sobre la base del diagnóstico y los caminos a seguir el grupo de especialistas reunidos en la Mesa Redonda recomendaron:

- 1) Que los gobiernos de la región se incorporen activamente y den todo su apoyo, político y económico, a sistemas propios tales como ULCRA, ASIN y ALASEI, a fin de sentar y solidificar las bases para mecanismos y flujos comunicacionales endógenos que reflejen las realidades, necesidades y aspiraciones del continente.
- 2) Que los gobiernos y organismos regionales de integración, desarrollo y financiamiento estimulen y apoyen también la investigación, el desarrollo y la formulación de propuestas comunicacionales propias del continente.
- 3) Que el componente comunicación debe ser insertado sistemáticamente en los planes nacionales de desarrollo, a nivel "integral y sectorial".
- 4) Que es recomendable la celebración de nuevas Mesas Redondas donde los problemas y potencialidades de la comunicación en América Latina sean tratados en un marco interdisciplinario.
- 5) La realización de un foro o conferencia latinoamericana y del Caribe sobre comunicación con la

participación de especialistas y funcionarios, entre otros, en comunicación social, telecomunicaciones e informática, planificación y desarrollo, finanzas, servicios, industrias, educación y cultura.

- 6) Que es necesario revisar, y actualizar y reafirmar las conclusiones y recomendaciones de la Conferencia sobre Política de Comunicación en América Latina, celebrada hace 10 años en San José de Costa Rica, bajo los auspicios de la UNESCO.
- 7) Que sin que ello vaya en desmedro de lo sugerido anteriormente cada país de la región tenga un proyecto-histórico-pedagógico-comunicacional.
- 8) Que es indispensable y urgente estimular en la región el desarrollo de industrias culturales y gestoras de tecnologías endógenas donde participan por igual los esfuerzos de los sectores públicos y privados.
- 9) Que es conveniente y recomendable estimular el reciclaje de los profesionales de la comunicación para permitirles adecuarse a la nueva necesidad regional.
- 10) Que en vista del papel fundamental de los medios de comunicación en los sistemas de educación a distancia, y de las importantes aplicaciones que ésta tiene en la educación formal y no formal de la población, esta área deberá recibir mayor atención de los investigadores y profesionales de la comunicación.

---

Para mayores informes sobre este evento dirigirse a: Rafael Roncagliolo, Director del Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional, Instituto para América Latina, La Mar 170, Lima 18, Perú.

---



Una reflexión de enorme valor  
para las Escuelas

# LA FORMACION PROFESIONAL DE COMUNICADORES SOCIALES EN AMERICA LATINA

*Durante el año de 1984 y parte de 1985, -FELAFACS-, realizó una investigación sobre "La Formación Profesional de Comunicadores Sociales en América Latina. Pregrados y Postgrados". Esta investigación tenía como objetivo principal, presentar un diagnóstico de la situación en estos dos niveles de formación, con miras a realizar proyectos conjuntos con otros organismos que ayudasen a solucionar las diferentes problemáticas detectadas a lo largo de estos últimos años.*





Los resultados de esta investigación fueron publicados en un documento, que la Federación envió a las diferentes escuelas de la región en 1985.

Las conclusiones y recomendaciones de este informe, fueron retomadas en la "Reunión Internacional de Expertos", que nuestra Federación realizó en Lima, durante los días 16, 17 y 18 de septiembre del año pasado. A esta reunión asistieron representantes de organismos internacionales e investigadores de la comunicación social.

El presente documento elaborado por las investigadoras colombianas Angela María Godoy y Claudia Lucía Herrán recoge algunos de los aportes más importantes que fueron discutidos durante este encuentro. Se hará énfasis en aquellas problemáticas que han sido poco estudiadas en pasadas investigaciones. Se recomienda a las escuelas, que este informe sea tomado como punto de reflexión para las actividades que están adelantando en lo relacionado con la reestructuración de sus procesos de formación.

Por último, la Federación quiere expresar su agradecimiento a la Fundación Konrad Adenauer y a UNESCO, por todo el apoyo que han prestado a las escuelas, especialmente en la realización de la investigación y en la "Reunión Internacional de Expertos".

## I. Algunos presupuestos para abordar la problemática de la formación de comunicadores sociales en América Latina.

Abordar la problemática de las escuelas o facultades de comunicación en América Latina implica partir, antes que todo, de su inserción dentro de una sociedad o contexto global, lo que convierte su definición académica en una mediación de las necesidades sociales.

En este sentido lo que se plantea, es la

necesidad de revisar el tipo de integración que se produce entre la universidad y su contexto. Integración que ha dejado por fuera aspectos como los conflictos sociales; el desarrollo tecnológico; la diversidad de "matrices culturales" desde donde se producen y consumen los procesos comunicativos e inclusive, el paulatino abandono que se ha operado en la mentalidad universitaria, de la necesidad de una reflexión sobre los formatos y lenguajes que operan en la industria cultural.

El desarrollo histórico de las escuelas de comunicación nos permite verificar cómo la universidad se ha integrado con ese contexto, dejando de lado muchos aspectos importantes.

Un primer tipo de opción académica fue asumido por las pioneras escuelas de periodismo que intentaron capacitar personal, respondiendo a una demanda concreta del mercado laboral, desde un concepto restringido de la comunicación.

En un segundo momento, la transformación de las escuelas de periodismo en facultades de comunicación, nos permite detectar cierta apertura hacia el ámbito de las ciencias sociales. Apertura que multiplica o diversifica el perfil del comunica-

dor, al precio de una inseguridad que desembocó —en muchos casos— en una miope percepción de las demandas sociales.

Con la ampliación del perfil profesional, se produce una proliferación de escuelas y un tercer tipo de opción académica, que se caracteriza por la predominancia de los campos alternativos de la comunicación, dejando de lado problemas tan importantes como los de la industria cultural y su relación con los medios masivos de comunicación. En la actualidad podemos observar una apertura desmedida cuya consecuencia ha sido la falta de definición académica de las escuelas.

Este breve recuento del desarrollo histórico de las escuelas, pone de manifiesto, que la integración entre las universidades y su contexto, se ha caracterizado —fundamentalmente—, por una fragmentación de la totalidad de los procesos comunicativos presentes en la sociedad: la reflexión de la problemática comunicativa dentro de las escuelas, no puede proyectarse sobre un sólo aspecto de la realidad, desconociendo su relación con la totalidad en que se encuentra inmersa.

Desde esta perspectiva se hace necesario realizar una tipología de las escuelas de comunicación en la región.

Un primer paso en la realización de este trabajo, exigirá una respuesta individualizada, ésto es, que cada escuela reflexione sobre su relación con el entorno en aspectos como:

- Crisis de la educación, especialmente del sistema universitario.
- Presión del mercado laboral, que implicaría un estudio de la demanda económica.
- Estudio de las políticas de selección y admisión de los estudiantes.
- Estudio de la capacidad de absorción de los medios.
- Exploración del mercado "potencial", para identificar nuevas necesidades.
- Estudio del campo de trabajo de los egresados.

El contenido de una respuesta académica a las demandas del contexto, se podría pensar, en un primer momento, desde los niveles de formación. Una división integrada del trabajo desarrollado por los pregrados y los postgrados, permitiría enfrentar diferentes aspectos de la problemática comunicacional global, de una manera complementaria y especializada. Surge entonces una preocupación fundamental: ¿Cómo y en dónde ubicar el trabajo de los dos niveles de formación?

### a) El quehacer en los pregrados

En el caso de los pregrados, el trabajo debe ser pensado desde el "sistema comu-



nicacional", entendido como referente histórico, pero recuperando otros usos diferentes a los establecidos.

La formación en los pregrados debe proporcionar al estudiante, un conocimiento de cómo funcionan los medios como resultado de un modelo configurado históricamente.

En este proceso de reconocimiento, el estudiante deberá asumir la existencia de otros procesos de comunicación que se gestan en otros ámbitos y niveles y que no se agotan en su relación con el sistema comunicacional hegemónico.

De esta manera, el estudiante podrá identificar las posibilidades de dar otros usos diferentes a los establecidos, recuperando para ello, la creatividad y la sensibilidad en orden a una producción alternativa.

La promoción de la creatividad plantea el reto de trabajar la investigación como estrategia metodológica del proceso enseñanza-aprendizaje. La práctica investigativa en los pregrados, no se puede reducir a la aplicación de "fórmulas" de conocimiento. Es necesario que la investigación en los pregrados piense en la producción. Esto significa, entender la producción como espacio y objeto de investigación.



La investigación —pensada desde esta perspectiva—, debe asumir la pluralidad de modos de comunicación:

- Modos por "matrices culturales", étnicas, de clase, regionales y locales.
- Modos a partir de ámbitos: masivos, comunitarios, barriales, municipales, etc. Esta postura exige dejar de lado la oposición entre lo popular y lo masivo.
- Modos a partir de las diferentes prácticas: educativas, organizacionales, políticas, etc.

En este sentido, el proceso formativo se entenderá, como una progresión que va desde el aprendizaje de los diferentes modos, medios y procesos de comunicación (derivado de la integración entre las asignaturas y talleres), hasta una etapa de producción, que se vincule a la solución de problemas o demandas sociales específicas.

Una estructura curricular que responda a esta propuesta específica, tendrá que asumir la organización de un ciclo básico de aprendizaje, y un segundo momento de investigación-producción.

El profesional, egresado del pregrado, estará capacitado para generar una producción creativa en función de las demandas de su contexto social, y a partir de una especialización concreta.

#### b) El quehacer en los postgrados.

Retomando la idea de la división integra-

da entre los quehaceres del pregrado y del postgrado, hay que resaltar el hecho de que los postgrados no pueden convertirse en el espacio para suplir las deficiencias formativas del nivel de pregrado.

Este planteamiento no descarta la posibilidad de que la problemática y las deficiencias de los pregrados, se convierta en un posible objeto de reflexión para aquellos postgrados interesados en ofrecer una línea de especialización en el área de la docencia en comunicación.

La teoría —entendida como producción y reproducción del conocimiento—, debe ser una de las tareas y prioritarias de este nivel de formación.

Los cursos de postgrado deben manifestar una vocación por la búsqueda de la especificidad de la comunicación, reconociendo para ello su identidad latinoamericana, es decir, trabajando en las líneas de investigación propuestas por la teoría que se está gestando en América Latina.

Lo anterior requeriría la estimulación de la producción de nuevos conocimientos, que reviertan más adelante en los cursos de pregrado. Para esto, el papel de la investigación en los postgrados, debe estar orientado hacia el desarrollo y consolidación de la teoría, es decir, la producción de nuevos conocimientos y la sistematización de las reflexiones teóricas, previamente desarrolladas.

En este orden de ideas, el objetivo de los

cursos de postgrado será el de formar profesionales de la investigación capaces de generar una producción teórico-crítica comprometida; profesionales especializados que puedan desempeñarse como docentes-investigadores-productores.

Los postgrados en comunicación, deben tomar como punto de referencia para la definición de sus áreas de especialización, las problemáticas vigentes en la sociedad latinoamericana. Esta formulación permitiría pensar en una multiplicidad de áreas de reflexión, como por ejemplo, la del adiestramiento metodológico en el diseño y planeación de políticas de comunicación; las implicaciones de las nuevas tecnologías; el área de la comunicación popular, etc.

#### c) La formación profesional: un reto metodológico.

La atención a los procesos formativos ha sido muy discutida. Si no se planifica la revisión, no se superarán los errores. Hay que entender la práctica educativa como un proceso de comunicación. La comunicación no es sólo el objeto de estudio, sino también el proceso a través del cual se actualiza la experiencia de enseñanza-aprendizaje. Por lo tanto, se hace necesario rescatar la dimensión comunicativa de la práctica docente.



Jorge Deustua

La reflexión sobre los procesos formativos, no puede partir de cero ni se puede hacer desde afuera. La mirada se debe proyectar sobre la totalidad del proceso; y la reestructuración curricular debe enfatizar sobre aspectos como la revisión de los fundamentos institucionales que orientan la práctica educativa, y la recuperación de la experiencia de las prácticas profesionales de los egresados, entre otros.

## II. Líneas de acción.

La reflexión que se generó en la reunión de Lima, terminó con la propuesta de líneas concretas de acción, para abordar

algunos de los problemas discutidos, y en las que ya se encuentra trabajando la Federación.

### a) Promoción de encuentros.

La Federación asumirá como tarea prioritaria, la promoción de encuentros en torno a la situación de los currículos, para ver cómo las escuelas perciben la presión social, los fenómenos de transnacionalización cultural, los movimientos sociales y otro tipo de problemas.

### b) Capacitación de docentes.

El establecimiento de una política de intercambio debe comprometer a las escuelas con cursos de postgrado.

Para apoyar esta propuesta, se diseñará un proyecto con miras a la consecución de recursos financieros que permitan implementarlo.

La Fundación Konrad Adenauer (F.K.A.) está en condiciones de ofrecer ayuda para este tipo de programas en América Latina.

FELAFACS asumirá la coordinación de este programa que se orientará a la búsqueda de fondos de entidades internacionales para el futuro otorgamiento de becas. Los directores de los cursos de postgrados —presentes en esta reunión—, se comprometieron a colaborar en los procesos de operativización de este proyecto.

Se plantea la necesidad de crear una comisión encargada de implementar los mecanismos propuestos. El doctor José Marques De Melo —Director Científico de INTERCOM—, fue designado coordinador de la misma.

Se propone que en la tercera reunión de postgrados, que se realizará este año en Sao Paulo, se incluya dentro del temario la discusión de acciones concretas en torno al proyecto de cooperación e intercambio entre los cursos de postgrado.

Finalmente, se piensa que otro mecanismo que puede contribuir al establecimiento de redes de relación entre los cursos de postgrado es la realización de investigaciones conjuntas, no sólo entre los programas latinoamericanos, sino entre éstos y algunas universidades estadounidenses y canadienses.

### c) Recursos bibliográficos.

Es importante pensar en la formulación de una política de intercambio de materiales entre las diferentes escuelas de la región.

El caso brasileiro debe observarse con especial atención: promover la circulación de textos brasileños en el resto de América Latina y viceversa.

ABECOM se ofrece a distribuir textos en el Brasil y a recolectar las necesidades de las escuelas.

CIESPAL se compromete a ofrecer apoyo bibliográfico a los docentes, sobre las temáticas básicas de las asignaturas.

Es prioritario crear canales de distribución para los materiales publicados en las escuelas.

Las Asociaciones Nacionales deben preocuparse por la creación de centros de documentación que permitan la canalización de los recursos bibliográficos.

El proyecto de publicaciones, en el que actualmente trabajan FELAFACS y ALAIC, podrá responder a algunas de las demandas que, en materia de publicación y distribución de material bibliográfico, tienen las escuelas de la región.



**A**cerca de UNDA, podemos informar también que el Congreso Mundial UNDA-OCIC quedó señalado definitivamente para el 18 al 19 de junio de 1987. Las sesiones de la Asamblea General de OCIC (19-20), las Jornadas de Estudio (22 al 26) y la Asamblea General de UNDA (28 y 29) serán realizadas en las dependencias de CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina), que asumirá el rol de copatrocinador del Congreso.

El Festival de Cine, en los mismos días del Congreso y abierto para el público en general, tendrá cuatro sesiones diarias con películas de varios países del mundo, premiadas por OCIC y se llevará en el teatro de la Escuela Politécnica Nacional.

El tema para las Jornadas de Estudio también se definió: **CULTURAS, MEDIOS DE COMUNICACION Y VALORES EVANGELICOS**. Los interesados en obtener más información pueden dirigirse a Washington Uranga, Estados Unidos 2057

1227 - Buenos Aires, Argentina  
Teléfono 9427012  
Fuente: Enlace, Año IV, Nr. 1.

**L**a UNESCO está organizando un Seminario Internacional sobre el Nuevo Orden Internacional de la Información. El evento se realizará en Costa Rica celebrando los 10 años de la histórica I Conferencia Intergubernamental sobre Política de Comunicación en América Latina y el Caribe, la misma que se efectuó en el ya indicado país.

**E**l Consejo Directivo de ULCRA reunido en Quito - Ecuador, a fines de mayo pasado designó a los tres Vice-Presidentes que acompañarán en su gestión al Presidente, Embajador Guido Grooscors y al Secretario Ejecutivo Armando Vargas. Por unanimidad la designación recayó en México y Argentina por los socios estatales y en UNDA-AL por los Organismos no gubernamentales.

**E**n la República Argentina se ha iniciado un proceso de debate nacional en relación a la futura ley de radiodifusión. Washington Uranga (UNDA-AL) y Telmo Meirone (La Crujia) reciben sugerencias para el debate que pueden ser enviados a la Av. De Mayo 3059, 1650 San Martín Provincia de Buenos Aires, Argentina.

**L**os días 7 y 8 de mayo pasado se efectuó la Primera Jornada de Estudios en la sede de la Facultad de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Autónoma de Bucaramanga - Colombia. El evento trató el tema "Comunicación y Desarrollo", con la participación de un destacado equipo de ponentes colombianos que abordaron los siguientes temas: Evolución de la noción de desarrollo en las Ciencias Sociales en América Latina (Gilberto Bello), contextualización de la Comunicación y el Desarrollo en una teoría de la Cultura (Jaime Rubio), Crítica al uso de los Medios para la acción social y

comunitaria (Germán Muñoz), la metodología científica en el enfrentamiento de la problemática del desarrollo social (German Mariño) y planes nacionales de Desarrollo: análisis de coherencia (Juan Avella). Para mayores informes dirigirse a: Doctor Carlos H. Gómez, Facultad de Comunicación Social, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Calle 48 Nr. 39-234, Bucaramanga, Colombia. Teléfono: 75111/75116.

**C**ristina Romo de Rosell, una de las Directoras de FELAFACS, viajó a la Habana - Cuba para participar - en representación de nuestra Federación - en el Seminario Internacional convocado por Radio Habana Cuba, para celebrar sus 25 primeros años de existencia. Al evento asistieron además otras instituciones que agrupan a diversos sectores de comunicadores como ALAIC, IPAL, ALER, ALASEI, ILET, FELAP, CSUCA, etc. Los participantes analizaron la "Situación de los Medios de Comunicación Social a las puertas del siglo XXI" y extendieron su felicitación a dicha emisora, pionera en la búsqueda de un Nuevo Orden Internacional de la Comunicación. El evento permitió un intercambio de opiniones y la reafirmación —unánime— de los participantes de continuar en la lucha por un Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación, declaración que se efectúa justamente al celebrarse los 10 años de la histórica Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina, realizada en San José de Costa Rica, bajo el auspicio de





UNESCO, organismo que finalmente mereció el reconocimiento de todas las instituciones participantes por sus esfuerzos y su aporte en este campo.

Del 3 al 10 de noviembre de este año se reunirán en Cartagena Colombia los Ministros de Educación de América Latina.

La Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo Brasil está organizando un Encuentro Internacional denominado "La Marcha de América Latina, hacia la democracia y la liberación". El evento se efectuará los días 14, 15 y 16 de agosto del presente año y girará en torno a las contribuciones del pensamiento y del testimonio de Mounier, Teilhard de Chardin y Libret. Los interesados en este evento pueden dirigirse a: Grupo de apoyo a la intercomunicación, a/c. I.E.E. - PUEC - Rua Monte Alegre 984, Perdizes 05014 - Sao Paulo - SP, Brasil. Teléfono (011) 622189.

A fines del presente año (diciembre) se efectuará una versión más del Festival Internacional de Cine de la Habana, evento que puede ser considerado ya como el más importante de América Latina, no sólo por la calidad de las producciones que acceden a ella, sino también por la cantidad y pluralidad de los participantes. Este año el evento inicia una nueva línea de competición en el área de VIDEO y TELEVISION, con lo que se abre finalmente un espacio de intercambio y difusión que los especialistas de este medio reclamaban en América Latina. Las universidades latinoamericanas - vinculadas en ALATU - se aprestan a participar con gran entusiasmo.

Para fines de este año UNDA-AL, UCLAP y OCIC - AL, las tres organizaciones de la Iglesia que actúan en el campo de la comunicación en América Latina, promueven dos encuentros de trascendental importancia; del 3 al 7 de noviembre, el seminario conclusivo del programa

"Iglesia y desafíos de la Comunicación Contemporánea", del 9 al 15, Jornadas de Estudio como preparación al Congreso Mundial UNDA/OCIC. Ambos eventos serán celebrados en Lima, Perú. Los interesados en obtener mayor información pueden dirigirse a Attilio Hartmann S.J., Secretario Ejecutivo de UNDA - AL, Apartado 1194, Ag. 17, Quito, Ecuador. Teléfono: 240-185.

Continuando con su filosofía en favor de la comunicación entre los pueblos y en adhesión al "Año Internacional de la Paz", la Escuela Cinematográfica Americana estimula la iniciación video-cinematográfica de quienes sientan verdadera vocación otorgando becas y medias becas para el curso de cine y video (realización integral) que dicta a distancia. Al mismo tiempo, resolvió apoyar todo certamen internacional del medio que tenga como lema un primordial anhelo de la humanidad; La paz en el mundo. Por mayores informes dirigirse a: E.C.A. CC. 136 - Suc. 1/B - (1401) Buenos Aires - Argentina.

El coordinador de la Red de Comunicación Popular de CEAAL, Mario Kaplún, nos informa que CESAP, el Centro de Servicio de la Acción Popular de Venezuela, anuncia su IV Curso - Taller Latinoamericano de Comunicación Popular, que tendrá lugar del 30 de junio al 18 de julio en el Centro de Formación de Pozo de Rosas, cercano a Caracas. Al igual que en los tres talleres anteriores - por los que ya han pasado 77 participantes procedentes de 17 países de América Latina - en éste también Mario Kaplún integrará el equipo docente.

Por información sobre este curso dirigirse a: División de Comunicación y Cultura Popular, CESAP, Apartado 4240, Caracas 1010 - A, Venezuela.

Joaquín Sánchez, Presidente de FELAFACS y Walter Neira, Secretario Ejecutivo; realizarán a fines de junio una gira de trabajo por Puerto Rico y República Dominicana. En este último país participarán en un Seminario Nacional.

## LAS SIGLAS EN LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES

El uso de las Siglas es cosa de todos los días en los diferentes textos, revistas o investigaciones que circulan en América Latina. Sin embargo, sucede que muchas veces se difunden estas siglas con el supuesto de que todos estamos en condiciones de entender su significado, o dicho de otro modo, de saber a que institución corresponde cada una de ellas.

Lo cierto es que las condiciones actuales del desarrollo social generan, en parte, la irrupción de un creciente número de instituciones y organismos que operan en los diferentes campos de la sociedad, proceso que se ve dinamizado en el área de la

Comunicación Social por el sorprendente desarrollo que viene mostrando este sector. Por eso mismo FELAFACS estima que resulta de utilidad práctica ir incluyendo en esta publicación, en orden alfabético, las instituciones que operan en el campo de la Comunicación Social a nivel internacional y las siglas a través de las cuales son conocidos.

Igualmente se incorporará en esta lista a los principales Organismos, Fundaciones o Instituciones de alcance mundial que sin estar especializadas en el área de la Comunicación, desarrollan sin embargo importantes programas en este campo.

Para darle mayor utilidad a este aporte, incluiremos también la dirección del organismo y el nombre del Funcionario que figura como contacto en los archivos actualizados de FELAFACS. Ciertamente debemos advertir que no se trata de un listado completo de la totalidad de instituciones que están registradas en FELAFACS. Hemos efectuado básicamente una selección —lo más pluralista posible— de los Organismos Internacionales o Nacionales que son nombrados con más frecuencia en los circuitos internacionales. La lista la publicaremos en tres entregas sucesivas, siendo ésta la primera de ellas:



- **ABECOM**  
Asociación Brasileña de Escuelas de Comunicación  
Presidente : Erasmo De Freitas Nuzzi  
Dirección : Facultad de Comunicación Social "Casper Líbero", Avenida Paulista 920, 5o. Andar, Sao Paulo, Brasil.
- **ADECOM**  
Asociación Dominicana de Escuelas de Comunicación  
Presidente : Onofre De la Rosa  
Dirección : Departamento de Comunicación Social, Facultad de Humanidades, Universidad Autónoma de Santo Domingo, Santo Domingo, República Dominicana.
- **AEJMC**  
Association Ford Education in the Journalism and Mass Communication  
Presidente : Richard R. Cole  
Dirección : School of Journalism, University of North Carolina, Chapel Hill, NC 27514, U.S.A.
- **AFACOM**  
Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social  
Presidente : Carlos H. Gómez  
Dirección : Calle 48 Nr. 39-234, Apartado Aéreo 1642, Bucaramanga, Colombia.
- **AFACOS**  
Asociación de Facultades Argentinas de Comunicación Social  
Presidente : José María Rodríguez Vásquez  
Dirección : Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, Universidad del Salvador, Hipólito Irigoyen Nr. 2441, 1089 Buenos Aires, Argentina.
- **AIERI**  
Asociación Internacional para la Investigación en Comunicación de Masas.  
Presidente : James D. Halloran  
Dirección : Universidad of Leicester, 104 Regent Road, Leicester, LE1, 6LT, England.
- **AIR**  
Asociación Interamericana de Radiodifusión  
Presidente : Luis Alberto Solé  
Dirección : Calle Yi Nr. 1264, Montevideo, Uruguay
- **ALAI**  
Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación  
Presidente : Patricia Anzola  
Dirección : Apartado Aéreo 90173, Bogotá, Colombia.
- **ALASEI**  
Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información  
Germán Carnero Roqué  
Dirección : Apartado Postal 19-494, México 19 D.F., México.

- **ALATU**  
Asociación Latinoamericana de Teleducación Universitaria  
Presidente : Desiderio Blanco López  
Dirección : Apartado Postal 852, Lima 100, Perú.
- **ALER**  
Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica  
Secretario Ejecutivo : Humberto Vandembulcke  
Dirección : Calle Valladolid 479 y Madrid, Casilla 4639-A, Quito, Ecuador.
- **AMIC**  
Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación  
Presidente : Alberto Rojaz Z.  
Dirección : Apartado Postal 70-480, 04510, México D. F., México.
- **APEIC**  
Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación  
Presidente : Luis Peirano Falconi  
Dirección : Av. Salaverry Nr. 1945, Lima 14, Perú.
- **APFACOM**  
Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social  
Presidente : Teresa Quiroz Velasco  
Dirección : Apartado Postal 852, Lima 100, Perú.
- **ASAICC**  
Asociación Argentina de Investigación de la Comunicación y la Cultura  
Presidente : Heriberto Muraro  
Dirección : Belgrano 615, Piso 12o. (1092) Cap. Federal, Argentina.
- **CEDES**  
Centro de Estudios de Estado y Sociedad  
Dirección : Av. Pueyrredon 510, Piso 7, 1032 Buenos Aires, Argentina.
- **CELADEC**  
Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana  
Secretario General Interino : Ramón Castillo  
Dirección : Principal A. Conde, Edif. La Previsora, Tercer Piso, Ofic. 38, Caracas, Venezuela.
- **CEMEDIN**  
Centro de Estudios de los Medios de Difusión Masiva  
Secretario Ejecutivo : Ernesto Vera  
Dirección : Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), Calle 23 número 452, Vedado, La Habana 4, Cuba
- **CENECA**  
Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística  
Presidente : Valerio Fuenzalida F.  
Dirección : Santa Beatriz 160, Providencia, Santiago, Chile.
- **CICOSUL**  
Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad de Lima  
Director General : Javier Protzel  
Dirección : Universidad de Lima  
Apartado Postal 852 - Lima 100 - Perú
- **CIESPAL**  
Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.  
Director General : Luis Eladio Proaño  
Dirección : Av. Almagro y Andrade Marín, Apartado 584, Quito, Ecuador.
- **CIID**  
Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo  
Dirección : Apartado Aéreo 53016, Bogotá, Colombia.
- **CONEICC**  
Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación  
Presidente : Raúl Fuentes Navarro  
Av. Niños Héroes Nr. 1342 - 8, (44189) Guadalajara, Jalisco, México.
- **CSCC**  
Centre for the Study of Communication and Culture  
Director : Robert A White  
Dirección : 221 Goldhurst Terrace, London NW6 3EP, Inglaterra.



Jorge Deustua

# PROCESOS DE COMUNICACION POPULAR Y ENSEÑANZA DE LA COMUNICACION

## ENTREVISTA

Presentamos a continuación la entrevista que respondió especialmente para FELAFACS la destacada investigadora y profesora argentina María Cristina Mata, quien vincula en esta ocasión los procesos de comunicación popular y la enseñanza de la comunicación. Las preguntas han sido formuladas por el profesor Isaac León, integrante del equipo de colaboradores de "FELAFACS" y nos permiten continuar el tratamiento de un tema de evidente importancia para la práctica académica y compromiso social de nuestras Escuelas.

María Cristina Mata obtuvo su licenciatura en literatura modernas en la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba en 1969.

En 1972, al crearse en esa Universidad la Escuela de Ciencias de la Información, fue convocada para integrar el plantel docente de la misma. En dicha Escuela formó parte de las cátedras de Introducción a los Medios de Comunicación Social y Teoría de la Comunicación hasta 1975, fecha en que fue cesanteada como tantos otros docentes argentinos.

En 1976 debe alejarse de su país y se establece en Lima (Perú), donde fue solidariamente recibida por el CETUC (Centro de Teleeducación de la Universidad Católica) y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima. Posteriormente, desde 1977 a 1981, se desempeñó como asistente técnica del Programa de Comunicación de CELADEC (Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana). Durante esos años realizó sus mayores aprendizajes en el campo de la comunicación popular, asesorando experiencias en diversos países latinoamericanos, conduciendo talleres de capacitación y produciendo manuales de formación sobre el tema.

A raíz de un proceso de investigación-acción que realizara con los integrantes de Radio Enriquillo (República Dominicana) durante 1981, entra en contacto con ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), entidad que la invita a formar parte de su Secretaría Ejecutiva para hacerse cargo del área de investigación y desarrollar tareas de intercomunicación entre las emisoras afiliadas. Así se traslada a Quito (Ecuador) a fines de 1982. Reside y trabaja allí hasta diciembre de 1984, fecha en que regresa a su país.

En junio de 1985 fue reincorporada a la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba y se le encarga la cátedra de Teoría y Metodología de la Investigación, cargo que desempeña actualmente. Además, colabora con el SEAP (Servicio a la Acción Popular) institución educativa en la cual condujo un proyecto de recuperación de memoria popular. A principios de este año obtuvo una beca de perfeccionamiento del CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas) para desarrollar estudios en la constitución de identidades socio-culturales populares de Córdoba.

María C. Mata ha sido corresponsal y colaboradora de diversas publicaciones especializadas (CHASQUI, Ciespal; CULTURA POPULAR, Celadec; MEDIA DEVELOPMENT, WACC) y ha publicado numerosos artículos sobre comunicación popular e investigación de la comunicación. ALER editó recientemente un libro suyo que contiene la experiencia de una emisora popular: Radio Enriquillo, en diálogo con el pueblo.

Nueva dirección:

Bernaldo de Quirós 2577  
Barrio Tablada Park  
5009 Córdoba, Argentina

¿Cuáles serían a su criterio, las principales necesidades de participación comunicativa de los grupos sociales populares en América Latina? Y ¿cuáles las principales manifestaciones de esa comunicación?

Para mí es imposible hablar de las necesidades de participación comunicativa de los sectores populares latinoamericanos sin ubicarlas entre sus realidades y necesidades más globales, ya que esas necesidades comunicativas no se autogeneran. Existen como fruto de un sistema socio-económico injusto, como fruto de la dominación de unos sectores por otros. Es decir, se inscriben en una dinámica global que tiende a privar a las grandes mayorías populares de la posibilidad de expresarse y actuar como sujetos de la historia.

Para los sectores populares —a veces avanzando sobre el conjunto de la sociedad, a veces retrocediendo, son pertinaces. De múltiples maneras ofrecen resistencia o trabajan por el cambio social. Y es allí, en esa dinámica de confrontación que asume características peculiares en cada realidad, que van apareciendo las necesidades de comunicación o las diversas formas de comunicarse de los grupos populares. Cuando una organización obrera o campesina lucha por sus reivindicaciones propias y apela a un periódico, a volantes y a comunicados para difundir sus reclamos y aglutinar al sector, no lo hace tanto por reivindicar su derecho a comunicar —aunque de hecho lo reivindica— sino porque la comunicación le resulta esencial para la acción. Cuando las señoras de un barrio popular comienzan a trabajar por la salud de sus hijos y apelan a los sociodramas realizados por ellas mismas que difunden a través de los parlantes del mercado o del centro comunitario, no lo hacen por entretenerse —aunque hacerlos y oírlos resulte entretenido. Buscan hacer conciente una problemática cotidiana y motivar a sus vecinas para ir encontrando formas de resolver el problema. La comunicación equivale aquí a comprensión y participación en torno a la realidad inmediata.

Podríamos multiplicar los ejemplos. Creo que siempre encontraríamos una constante: en sus esfuerzos por transformar la realidad e ir creando una distinta —lo que suele denominarse como el proceso de construcción de una hegemonía— los sectores populares van experimentando, descubriendo, diversas necesidades que pertenecen al terreno de la comunicación y la cultura, al campo de las relaciones y los intercambios simbólicos. Necesidades



que tienen que ver con la producción de sentido y que podríamos precisar del siguiente modo:

- Necesidad de informarse adecuadamente. Una información desde su situación e intereses que, en general, les es negada por los medios existentes.
- Necesidad de comprender su realidad. Elaborar una explicación de su situación de dominación y poder expresarla para compartirla con sus iguales.
- Necesidad de reconocerse a sí mismos como sujetos de la historia. Identificarse, autovalorarse, unir lo disperso y desigual a partir de lo que tiene en común.
- Necesidad de mostrarse al conjunto de la sociedad. Hacer conocer su realidad y proyectos.
- Necesidad de lograr formas auténticas de participación. Formas de acción conjunta, solidaria, formas de compartir la palabra y el poder.

*¿Qué modalidades de mediación utilizan los procesos de comunicación popular? ¿Cuál es el grado de tecnificación de esas modalidades? ¿Está la comunicación popular necesariamente ligada al uso de medios de bajo costo y de alcance reducido?*

Me parece oportuno empezar a emplear la expresión "modalidades de mediación" al referirnos a los procesos de comunicación popular porque nos aleja un poco de la obsesión por los canales. Las mediaciones, en el campo de la comunicación popular, son muy diversas. Creo que existe una recuperación fuerte de las modalidades interpersonales y no sólo por la escasez de recursos tecnológicos, sino por una nueva valoración de la palabra y el diálogo, del contacto, para la comunicación que se quiere entablar. Al mismo tiempo, se da un tipo de mediación grupal y a veces bastante institucionalizada que hace énfasis en el trabajo colectivo: eso es evidente en lo que se ha dado en llamar centros o grupos de comunicación popular. Organizaciones que tratan de dinamizar la participación social y cultural en barrios o localidades, en relación con otras organizaciones reivindicativas, políticas, etc. Y por último están las múltiples mediaciones constituidas por los propios medios de comunicación que se emplean: el periódico, la radio, el teatro.

Los grados de tecnificación de las experiencias de comunicación popular también son diversos. Esa diversidad obedece, en parte, a la existencia de diferentes concepciones sobre lo popular: hay quienes, al identificar lo popular con pobreza, se niegan a usar recursos tecnológicos que

no son propios del pueblo o que implican costos y aprendizajes mayores. Sin embargo, creo que la razón fundamental para que existan diversos grados de tecnificación, son las diferentes situaciones de los sectores populares: sus diferentes niveles organizativos, sus realidades culturales, sus mayores o menos oportunidades de acceso a la formación y a la obtención de recursos económicos, etc.

Personalmente, no creo que la comunicación popular se ligue necesariamente al uso de medios de bajo costo y alcance reducido. Quienes piensan eso —y son bastantes— están presos en una concepción mediática gracias a la cual son los medios y no las gentes, sus realidades y proyectos, los que mandan. Hoy, en las villas miserias de Córdoba, hay grupos cooperativos que empiezan a fabricar periódicos murales o montan altoparlantes

**No es posible abrir nuestras escuelas y facultades al campo de la comunicación popular si, al mismo tiempo no revisamos y discutimos el papel que asignamos a la Universidad... en las particulares coyunturas que viven nuestros países**

tes para que los vecinos puedan expresarse e intercomunicarse. Creo que esas experiencias son tan populares, es decir, tan expresión y modalidad de creación de una cultura y una praxis común, como pueden serlo las experiencias que muchos grupos desarrollan en Brasil a partir del uso del video. Creo que lo que define a la comunicación popular no son los recursos que utiliza —aunque ese tema debe ser central a la hora de discutir y determinar el tipo de prácticas a desarrollar— sino sus protagonistas, su intención, sus modalidades de producción.

*¿Qué espacio de los medios masivos es receptivo a los procesos de la comunicación popular? ¿O es que los medios masivos son impermeables a estos procesos?*

Esta pregunta permite ampliar la respuesta anterior. Así como lo popular, a mi entender, no es sinónimo de lo pobre, tampoco es sinónimo de lo grupal o limitado en contraposición a lo masivo. Hace pocos días, en Quito, durante un seminario sobre educación y comunicación popular organizado por ALER,

reflexionábamos sobre ese tema con un grupo de compañeros que trabajan en emisoras de radio. Y advertíamos el enorme potencial que tiene ese medio para la comunicación popular, en varios sentidos. Nos referíamos, por ejemplo, a la utilidad de la radio popular para brindar la información que usualmente no proveen los medios de comunicación dominantes o a la cual no tienen acceso los grupos populares por diversas razones: limitaciones económicas, bajos niveles de instrucción, desconocimiento de fuentes de información, aislamiento, etc. Señalábamos su utilidad para que los grupos y sectores que conforman el movimiento popular de una región compartan sus situaciones y proyectos, para que puedan ir revisando sus éxitos y fracasos. En suma, para que puedan ir acumulando experiencia y haciendo su propia historia.

Del mismo modo podríamos referirnos a otros medios masivos como la prensa, tan utilizada en algunas realidades por las organizaciones obreras. E inclusive podríamos recordar de qué manera, en algunas realidades en las cuales el sistema de comunicación dominante ofrece brechas para ello —en virtud de sus contradicciones—, existen grupos e instituciones de comunicación popular que empiezan a ganar terreno e introducen mensajes y prácticas comunicacionales diferentes en los medios masivos. Es lo que de algún modo se realiza en Perú, país en el cual numerosos grupos contratan espacios radiofónicos para una comunicación que se define y propone como popular.

En todo caso, y aun cuando la comunicación popular aparece muchas veces bastante ligada a lo grupal, creemos que lo masivo debería ser su norte, por dos razones fundamentales. Si algo atenta contra las posibilidades de avance y consolidación de los sectores populares en nuestros países es su dispersión, el aislamiento en que el mismo sistema trata de mantener a los grupos que los integran, las contradicciones que existen entre dichos grupos. Entonces, la comunicación popular pensada hacia lo masivo, significa la posibilidad de ir elaborando una problemática común, reuniendo lo plural y diverso que existe en el campo del pueblo, otorgando consistencia a los esfuerzos puntuales. Por otro lado, lo popular no existe sino conviviendo y confrontándose con lo antipopular, que es lo dominante. En ese sentido, pensamos que la comunicación popular masiva permite que la voz —la vida, las experiencias, las luchas— de los sectores populares entren en la escena pública, rompiendo el monopolio de voces existentes. Compiendo con la voz de los poderes existentes. Mostrando, en suma, la existencia del conflicto y develando sus causas.

Los medios masivos no son, porque así lo demuestran suficientes experiencias de

comunicación popular, impermeables a esas prácticas. Lo que ocurre —y eso sí es grave— es que su manejo es muy costoso. Y que muchas veces, cuando los grupos populares llegan a acceder directamente a ellos —el caso de la prensa sindical en muchos países, las radios mineras de Bolivia— o a través de su alianza con instituciones mediadoras —centros de comunicación, radios de la iglesia, etc.— suelen sufrir la censura, la represión, el control severo por parte de quienes sienten afectado su poder.

*¿Se debe entender la comunicación popular como expresión de prácticas aisladas o como expresión de un proyecto político-social colectivo? ¿Hasta qué punto esos procesos de comunicación popular se originan en los propios grupos sociales y hasta qué punto están orientados o dirigidos desde "arriba", a partir de intereses y programas políticos?*

Creo que, de algún modo, hemos ido dando respuesta a la primera parte de la pregunta. Pero quisiéramos insistir en un punto: lo que nosotros definimos como comunicación popular no es un experimento, un gracioso ejercicio, una búsqueda de modalidades diferentes y opuestas porque sí a las formas de comunicación dominantes. Nos gusta reiterar una idea muy trabajada por Fernando Ossandón, integrante de ECO (Educación y Comunicación, Santiago de Chile): la de la organicidad de las prácticas de comunicación popular. Es decir, la idea que esas prácticas van siendo populares en tanto y en cuanto van siendo capaces de "crear la identidad del movimiento social a partir de sus propios protagonistas". Sin embargo, uno no puede afirmar hoy que las prácticas populares de comunicación son expresión de un proyecto político-social colectivo, pensando que se trata de un proyecto único y perfectamente claro y elaborado. Creo que en la mayoría de los países latinoamericanos, el movimiento popular no ha elaborado aún un proyecto hegemónico que exprese el conjunto de los intereses nacionales

y populares. Lo que existen son embriones más o menos desarrollados, propuestas parciales, sectoriales, a veces bastante claras y orgánicas pero otras veces muy difusas. La comunicación popular es el conjunto de prácticas comunicativas a través de las cuales esos embriones van expresándose y desarrollándose.

La segunda parte de la pregunta merece una respuesta particular. Y en este caso tampoco es una respuesta por sí o no. Si uno revisa las múltiples experiencias de comunicación popular que hoy se desarrollan, encuentra que sus orígenes son muy variados. Hay casos en que ellas han nacido de los propios grupos populares en función de sus necesidades y prácticas inmediatas. En otros, en cambio, se advierte la presencia de grupos mediadores —generalmente instituciones dedicadas a la educación y la comunicación popular— que han actuado y actúan como motivadores y facilitadores de esas prácticas. Pero en este último caso también se observan diferencias. Existen instituciones que sólo brindan formación a los grupos populares que la demandan y que tratan de acompañarles en sus procesos. Por dar un ejemplo, entre tantos, podríamos citar la labor que realiza en Colombia el CINEP. Otras instituciones van más allá. Tratan de asumir conjuntamente con los grupos populares de una zona las prácticas de comunicación. Es el caso de buena parte de las emisoras afiliadas en ALER, por ejemplo: radios creadas y conducidas por gente de la iglesia católica pero que, a lo largo de los años, han ido optando por un trabajo popular. En estos casos se cumplen tareas de capacitación y asesoramiento a los grupos y organizaciones de base, pero además, se les presta un servicio poniendo a su disposición unos recursos tecnológicos que ellos no poseen.

Ahora bien, el hecho de que en numerosas experiencias de comunicación popular se observe la labor de personas e instituciones que no son parte de los grupos populares, no nos autoriza a decir que esas

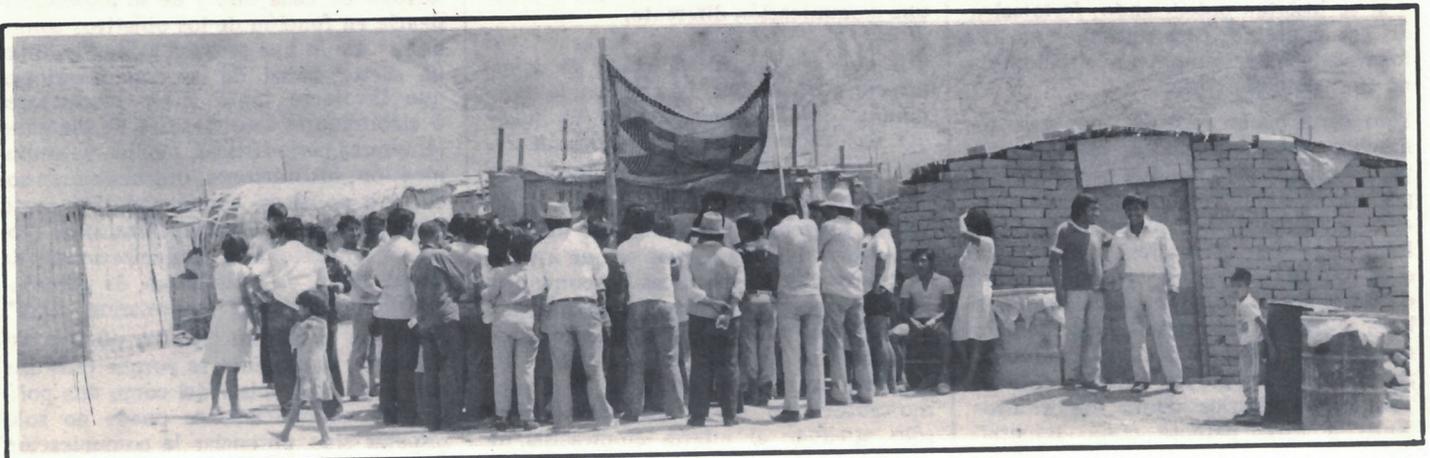
experiencias estén dirigidas "desde arriba". Por el contrario, me atrevo a decir que si hoy podemos contar en América Latina con tantas y tan ricas experiencias del tipo es porque se ha ido dando una convergencia entre los sectores populares y personas provenientes de otros sectores sociales que, sin perder su identidad, se comprometen de lleno en una tarea común sin la pretensión de dirigir esos procesos, sino aportando lo que se tiene y conoce, de manera cada vez más orgánica, respetuosa y democráticamente.

De todos modos, imposible dejar de reconocer que, también en nombre de la comunicación popular, existen grupos institucionales o partidarios que tratan de manipular al pueblo o, como les gusta decir a algunos cristianos críticos, que tratan de "imponerles su propio esquema de salvación". Esto no es típico del campo de la comunicación. Más bien responde a concepciones dogmáticas del cambio social, a posturas vanguardistas o mesiánicas que se dan en nuestras realidades.

*¿En qué condiciones se puede conceptuar la comunicación popular como una forma de comunicación alternativa?*

Creo que podríamos referirnos a dos tipos de condiciones para poder hablar de la comunicación popular como alternativa. Una es de carácter conceptual y la otra se refiere a la práctica misma, pero ambas están estrechamente ligadas.

A nivel conceptual, hay quienes piensan que la comunicación popular es una alternativa a los medios masivos dominantes. A mi criterio, si así se la entiende, deberíamos hablar de comunicación de oposición, concientizadora, o como se la quiere llamar. Pero no de comunicación alternativa. Porque entiendo que lo que la hace alternativa no es el uso de unos medios en lugar de otros, el cambio de contenidos, ni siquiera y solamente el cambio





Jorge Deustua



de emisores. Eso se da, es cierto, pero por añadidura. Lo alternativo de la comunicación popular reside en su vocación y capacidad alternativa. ¿De qué? De un orden vigente cuyo fin es la anulación de la participación de los pueblos en la escena económica, política y social. Para decirlo de otro modo, la comunicación popular puede entenderse como alternativa si abandonamos la idea de que es mera respuesta o contrapartida de unos medios y mensajes dominantes, y la entendemos como parte de un antagonismo económico y político global, del que ella forma parte en el terreno cultural.

Y aquí aparece la otra condición, referida a la práctica: las experiencias comunicativas populares llegan a ser alternativas en tanto van siendo expresión y parte consustancial de una manera de existir y actuar de las clases populares. Si ellas se insertan en un contexto preciso —el del enfrentamiento de los sectores populares al proyecto de dominación capitalista— y si se insertan potenciando, fortaleciendo ese contexto, para retomar una idea formulada hace tiempo por el colombiano Hernando Martínez.

Pero sería bueno recordar, por más que muchas veces se hacen malabarismos para definir por un lado la comunicación popular y por otro lado la comunicación alternativa, las palabras de Vidal Beneyto: “Lo alternativo o es popular o se degrada en juguete y/o en máquina de dominio. Y popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base. Tanto mayoritarios como minoritarios, tanto a nivel patente como latente”.

Por eso, más que preguntarnos cuándo y cómo lo popular es alternativo, habría que invertir la pregunta. Cuestionarnos acerca de cuántas propuestas de comunicación alternativa son populares. Una pregunta que nos hiciéramos con particular énfasis luego de la publicación y divulgación del Informe Mac Bride, allá por 1982, cuando desde diversas posiciones se recalaba la importancia que el Informe otorgaba a las comunicaciones “grupales, de sustitución o alternativas”. En aquel momento sosteníamos —y hoy lo reiteramos— que leído a la luz de las experiencias de los sectores populares latinoamericanos, lo que el Informe Mac Bride legitimaba era una alternativa tecnológica y formal, vaciada del contenido político y por ello transformador, alternativo —creador de nueva realidad— que es lo definitorio de las prácticas de comunicación popular que se desarrollan en nuestro continente, por grandes que sean sus limitaciones. Prácticas que no son fruto del consenso, de ningún debate tranquilizador, sino de la confrontación, de los intentos por ir creando un nuevo orden social y, como parte de él, una comunicación diferente.

*¿Es posible concebir políticas de comunicación global que mantengan la autonomía de la comunicación popular?  
¿O necesariamente una política de comunicación restringe esa autonomía?*

Claro que es posible. Y necesario, si de verdad queremos ir modificando nuestras realidades. Lo que sucede es que a veces sentimos que las políticas de comunicación son restrictivas de la comunicación popular porque, de hecho, pensamos en las políticas vigentes en la mayoría de nuestros países: centradas en el estatismo “autoritario o en regulaciones que sólo atienden al interés empresarial de

los sectores dominantes.

En noviembre de 1984, el Colegio de Periodistas de Chile, Inter Press Service, el TIAC e ICECOOP, realizaron un Seminario de Comunicaciones en El Tabo, que contó con el auspicio de los centros de alumnos de las Escuelas de Periodismo de las Universidades de Chile y Católica, y de varias instituciones como ECO, CENECA, ILET. El lema del seminario era “Hacia una nueva comunicación para Chile” y los participantes produjeron un documento valioso: “Bases para la discusión de una política de comunicaciones democráticas para el país”. Y digo valioso porque no abundan este tipo de reflexiones y propuestas globales. Entre otros rasgos que deben caracterizar el tipo de comunicación necesaria para construir una sociedad democrática y participativa, el documento señala que debe tratarse de una comunicación diversa: “En adelante, los sistemas masivos de comunicaciones de alcance nacional deben articularse creativamente con los sistemas regionales, sectoriales y de la comunicación popular, velando por el desarrollo de cada uno y de su interdependencia en función de los objetivos comunes...” De lo que se trata es de “levantar un sector social de las comunicaciones que involucre tanto a los productores o elaboradores tradicionales de mensajes (empresas periodísticas, medios de comunicación, instituciones, organizaciones sociales o políticas, comunicadores), como a los receptores y sus organizaciones (colegios profesionales, organizaciones de trabajadores, de estudiantes, de pobladores, de mujeres, de empresarios, etc.)”. Si me he permitido citar un poco in extenso ese documento es porque creo que nos pone en la pista del cómo una política de comunicaciones puede no sólo respetar sino potenciar la comunicación

popular. Si esa política es pensada y elaborada desde la situación y necesidades de las grandes mayorías nacionales, desde los sectores sociales concretos y particulares, y no desde el poder empresarial o desde el poder político que utiliza la comunicación para sus fines particulares de fortalecimiento y reproducción.

*A su juicio, ¿cuál ha sido la postura tradicional de las facultades de comunicación de América Latina frente a los procesos de comunicación popular?*

Creo que tradicionalmente las facultades de comunicación han sido ajenas a los procesos de comunicación popular. Y aquí valdría aclarar que esa comunicación no es algo nuevo o reciente. Lo nuevo es la preocupación de una serie de sectores e instituciones por el tema, la reflexión sobre él y los intentos de desarrollarla cuantitativa y cualitativamente. Pero si uno revisa la historia de nuestros países encontrará riquísimas experiencias populares de comunicación, como por ejemplo la prensa obrera —tan vieja como las propias organizaciones de los trabajadores— o las innumerables formas de expresión comunitarias que condensan las fiestas religiosas o campesinas. Si esas prácticas comunicativas han estado generalmente fuera de los planes de estudio y de la preocupación de las facultades de comunicación se debe a un conjunto de razones entre las cuales destacamos dos. En primer lugar, al modelo bajo el cual fueron concebidas la mayor parte de esas facultades: un modelo mediático, tendiente a formar profesionales que ejercieran su labor en los medios masivos y, principalmente, en las empresas periodísticas. En segundo lugar, al sesgo que tienen la mayoría de las universidades latinoamericanas: inspiradas más en los modelos foráneos y en una concepción académica del saber, que en las propias realidades nacionales y en las necesidades de las mayorías.

En ese sentido, creo que la distancia entre la universidad y lo popular no es privativa del campo de la comunicación. Si no, reflexionemos un poco sobre la enseñanza de la medicina —para situarnos en un terreno bien diferente— y pensemos cómo ella excluye de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje las prácticas preventivas y curativas populares.

Esa distancia se ha acertado, de hecho, en algunas realidades y coyunturas precisas. Recuerdo de qué manera, entre los años 73 y 75 en Argentina, varias escuelas y facultades de comunicación —La Plata, Córdoba, por ejemplo— se cuestionaban su rol, su orientación. Y cómo trataban de abrirse a otra concepción de la comunicación —no mediática, enraizada en el campo cultural más global— y cómo intentaron un acercamiento a la realidad de los sectores populares.

## Es necesario destacar de qué manera, en algunas facultades de comunicación la temática de lo popular ha ido asumiéndose por obra de grupos docentes y estudiantes que alientan posturas críticas y comprometidas con el cambio social

Pero ello obedecía a una coyuntura política concreta, al desarrollo desde varios sectores sociales y políticos de propuestas nacionales y transformadoras, y aquél esfuerzo fue destruido al variar sustancialmente la correlación de fuerzas operantes en el país e instaurarse la dictadura militar. También es necesario destacar de qué manera, en algunas facultades de comunicación la temática de lo popular ha ido asumiéndose por obra de grupos docentes y estudiantes que alientan posturas críticas y comprometidas con el cambio social. No quiero ser injusta pero sólo puedo mencionar los casos que conozco más de cerca, como los intentos realizados en la Universidad de San Marcos y la Universidad de Lima, en Perú; la Universidad Autónoma Metropolitana de



México, la Universidad del Valle de Cali, Colombia, o el postgrado de la Metodista de Sao Paulo, Brasil. Más allá de los logros y avances que se hayan dado en esas instituciones, me parece que hay que rescatar las búsquedas que han iniciado.

*¿Qué presencia propiciaría o le atribuiría usted a la comunicación popular dentro de las facultades y escuelas de América Latina, si entendemos que la mayoría de los proyectos académicos de enseñanza de la comunicación optan hoy preferentemente por una vinculación con los mercados de trabajo socialmente dominantes?*

Uno podría estar tentado de soñar con facultades y escuelas en las cuales la comunicación popular tuviera un status similar al de otras prácticas comunicativas. Pero si pensamos un poco en la manera como hemos ido definiendo a la comunicación popular, caemos en la cuenta que no se trata de incorporar, sin más ni más, una materia o un área con ese nombre, para que las facultades comiencen a modificar su rol y orientación. ¿Qué estaríamos buscando con ello? ¿Enseñar a los estudiantes a “hacer comunicación popular”? ¿Tratar que se sumen a esas prácticas? ¿Desde qué intereses y motivaciones?

A mí me ha ocurrido, en los últimos tiempos, algo que a primera vista puede parecer alentador pero que más bien es preocupante: encontrarme con grupos de estudiantes que quieren desarrollar tareas de comunicación a nivel popular y que piensan que es cuestión de ir a un barrio pobre y empezar a trabajar. Existe muy buena voluntad, no lo dudo. Pero resulta que cuando se profundizan un poco las cosas, lo que esos grupos suelen andar buscando es la aprobación de un curso, la realización de alguna experiencia interesante o la posibilidad de abrir nuevos campos de labor profesional. Creo que por el camino del dictado de una materia y algunas prácticas con grupos de base, poco es lo que aportaríamos a la comunicación popular y tampoco a la modificación de la comprensión y la enseñanza de la comunicación.

En cambio, creo que existen otros modos de ir logrando la presencia de la comunicación popular en los planes de estudio y es lo que se está tratando de hacer en varios centros de estudio de diferentes países. Un camino válido para ello es el de la reflexión sobre la comunicación desde lo popular. Pero no desde lo popular abstracto, sino desde la realidad de los sectores populares de una región





o país. Esa reflexión cubrirá necesariamente tanto el análisis y la crítica de la comunicación dominante (que no pasa sólo por los medios) como el análisis y la crítica de las prácticas populares, tratando de integrar en ese proceso a sus diversos protagonistas. De ese modo, pueden irse determinando los aportes que pueden hacerse desde la universidad al desarrollo de esas prácticas, y al mismo tiempo puede irse contraponiendo la idea de "mercados de trabajo socialmente dominantes", que guía mayoritariamente la enseñanza, con la idea de los campos de trabajo necesarios para tender a la transformación de las situaciones de injusticia y dominación que padecemos en nuestras realidades.

*¿Es posible concebir el estudio de la comunicación popular como un área especializada, como un énfasis o mención, o necesariamente su estudio debe articular la totalidad de la currícula?*

Recién me refería, justamente, a la necesidad de ir articulando el estudio de la comunicación desde lo popular. Pero con eso no quiero decir que el estudio de la comunicación popular debe articular la totalidad de la currícula. Me parece que hacer eso equivaldría a fragmentar la realidad de la misma manera que hoy aparece fragmentada en nuestras escuelas, nada más que cortándola de otra forma, con una sierra invertida.

Por el contrario, creo que lo que debería articular la totalidad de los planes de estudio —y en esto retomo las ideas de reforma curricular del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de Cali, expuestas por Jesús Martín Barbero(\*)— son los procesos que hoy signan la problemática de la comunicación en América Latina: los procesos de transnacionalización, por un lado, y los procesos de emergencia de identidades socioculturales particulares. Si los estudios de comunicación se centraran en esos procesos y en la dinámica de convivencia y confrontación que se dan entre ambos, la comunicación popular encontraría su correcta ubicación, así como podríamos ubicar correctamente las otras modalidades comunicativas. Porque en el fondo dejaríamos de estudiar la comunicación como algo autónomo, o centrado en unos medios y unas disciplinas particulares, y comenzaríamos a posibilitar la comprensión de la comunicación desde donde ella se genera y cobra sentido: desde los distintos sectores sociales y desde sus particulares realidades y proyectos.



Si nuestros planes de estudio estuvieran estructurados desde esa perspectiva, recién entonces podríamos pensar en las modalidades operativas a través de las cuales introducir la enseñanza y el aprendizaje de contenidos específicos ligados a la comunicación popular.

*¿De qué manera debe implementarse a nivel de los cursos expositivos, de los seminarios de investigación y de los talleres prácticos, el estudio de los procesos de comunicación popular?*

Pienso que esa implementación, las modalidades operativas a que aludía antes, pueden ser diversas. Creo que hoy existe una intención expresa, en diferentes escuelas y facultades, de ir acercándose a las necesidades populares de comunicación. Y aun cuando no se lleguen a producir reformas curriculares globales, van tratando de abrirse a ese campo con cautela, incluyendo, por ejemplo, áreas y/o departamentos de comunicación y animación cultural, o comunicación y promoción. En Argentina, a partir de la restauración del gobierno democrático, varias facultades han introducido cambios en ese sentido, no tanto preocupadas por abrir nuevos campos laborales a los egresados, sino por una voluntad de contribuir a la real democratización de nuestra sociedad. Una sociedad en la cual, durante los largos y duros años de autoritarismo, se quebraron lazos de relación y organización. Años en los que primó el individualismo y la atomización y en los cuales los sectores populares vieron disminuir notablemente su capacidad y posibilidad de participar en la escena social. Frente a esa realidad, lo que hoy se trata de hacer en varios casos, desde el campo de la comunicación, es aportar

a la dinamización del campo popular, motivar y facilitar la expresión de esos sectores, abrir el debate sobre el papel que la comunicación, la educación, la cultura, juegan en los procesos de transformación social.

Pero en términos generales, sean cual sean las modalidades de trabajo que se adopten y por diversas que sean las coyunturas y las motivaciones por las cuales ellas se adoptan, pienso que deberíamos tener en cuenta algunos elementos orientadores:

- La producción de conocimientos acerca de la comunicación popular debería pasar por el estudio de las prácticas que los sectores populares han ido desarrollando históricamente, tanto a niveles locales como más globales. De lo contrario, puede llegarse a negarles su sentido, aislándolos de los actores y contextos que las constituyen como tales. Y podrían quedar convertidas en meros artefactos técnicos, en recetas vaciadas de espesor, en puras modalidades comunicativas.
- Esa producción de conocimientos debería pasar, además, por la realización de proyectos de comunicación que integren la investigación y la producción y que respondan a demandas propias de los sectores populares. Porque, de no ser así, estaríamos desvirtuando el origen y razón de ser de la comunicación popular, su íntima vinculación con las posibilidades de expresión y acción de los grupos populares, su organicidad con dichos grupos.

Es en razón de lo anterior que quisiéramos realizar una precisión final. No es posible abrir nuestras escuelas y facultades al campo de la comunicación popular si, al mismo tiempo, no revisamos y discutimos el papel que asignamos a la universidad —a la institución, a los técnicos y profesionales, al propio saber tecnológico y científico— en las particulares coyunturas que viven nuestros países y en relación con los movimientos populares. Lo cual se dirá que excede la problemática de la comunicación y es cierto. Pero que la engloba porque forma parte de un debate mayor sobre el poder y el saber, sobre el modelo de la sociedad al que se aspira y en función del cual se trabaja. Un debate sin el cual, me da miedo que, parafraseando la idea de Vidal Beneyto, la comunicación popular corre el riesgo de convertirse en un juguete académico.

(\*) En "Sentido de una reforma curricular", revista CHASQUI, Ciespal, Nr. 13, Quito, enero-marzo de 1985.

# DE LAS ASOCIACIONES



la Democratización de la Información (Mario Erbolato).

3. En la penúltima jornada se desarrolló el panel sobre las Nuevas Tecnologías de Comunicación y su impacto en las empresas y universidades. El panel estuvo conformado por José Hamilton Ribeiro (Rede Globo), Ethevaldo Siqueira (RNT-SP), Carlos de Paiva Lopes (Telebrás), Frederic Litto (ECA-USP) y nuestro Secretario Ejecutivo Walter Neira (Perú).

El último día los delegados asistentes aprobaron un conjunto de conclusiones y recomendaciones en relación a los temas estudiados.

Los documentos producidos serán próximamente publicados por ABECOM. Para mayores informes sobre este evento dirigirse a Erasmo De Freitas, Presidente de ABECOM, Avenida Paulista 920, 5o. Andar, Sao Paulo, Brasil.

Con el apoyo de ABECOM y FELAFACS

## SE CUMPLIO EN PORTO ALEGRE CURSO DE PERFECCIONAMIENTO PARA PROFESORES DE PERIODISMO

La ABECOM - Asociación Brasileña de Escuelas de Comunicación y la ANJ - Asociación Nacional de Periódicos del Brasil - promovieron un Curso de Perfeccionamiento para Profesores de Periodismo, en Porto Alegre, Rio Grande

do Sul, en el período del 30 de marzo hasta el 9 de abril de este año, con el patrocinio de FELAFACS y de la CAPES -Coordinadora de Perfeccionamiento de Personal en Enseñanza Superior del Ministerio de Educación-

Esa oportuna y bien efectuada realización contó, igualmente, con la cooperación de FAMECOS - Facultad de Medios de Comunicación de la PUC de Rio Grande do Sul-, en cuyas instalaciones fueron desarrolladas las clases, y también de la ARI -Asociación Riograndense de Prensa-

La organización general del Curso estuvo bajo responsabilidad del profesor Erasmo De Freitas Nuzzi (Presidente de ABECOM) y de los dirigentes de la ANJ: Edgar Lisboa y Wesley Cardia.

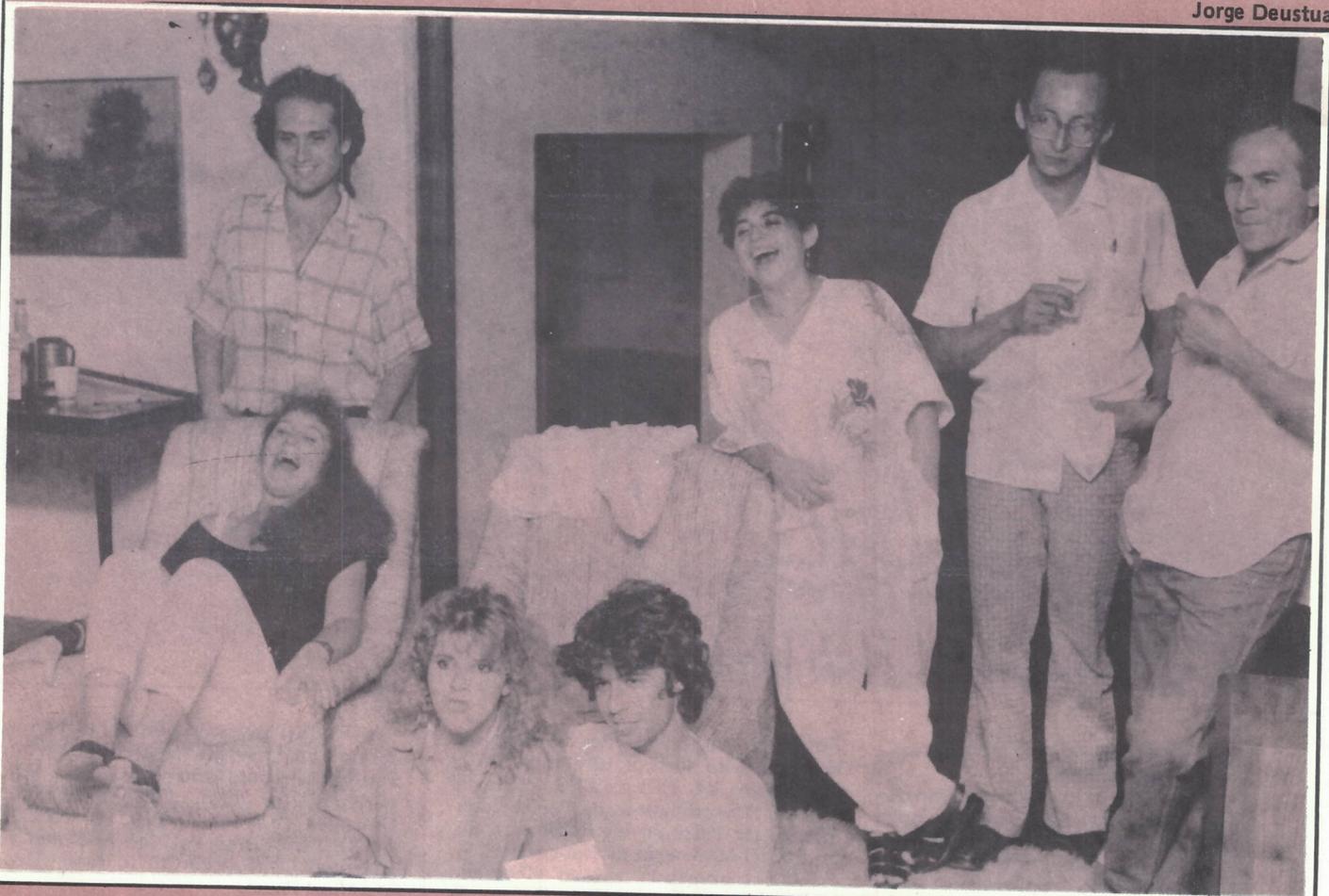
El profesor Antonio Firmo Gonzales, Director de FAMECOS y Vice-Presidente regional de ABECOM coordinó el Curso, en el cual participaron 42 profesores de todas las Facultades de Comunicación de las Universidades de los Estados del Sur del Brasil, esto es: Rio Grande do Sul, Santa Catarina y Paraná, además de profesores, invitados especiales, de la Universidad Nacional de Asunción, Paraguay y de la Universidad Católica, de Montevideo, Uruguay.

El programa del curso - que tuvo la duración de 90 horas-clase- y los expositores fueron los siguientes: Pedagogía de Enseñanza de Periodismo: Prof. José Marques de Melo (ECA-USP- Sao Paulo), Periodismo en el Brasil Actual y sus Perspectivas: Prof. Alberto Dines (Director de Editora Abril); Periodismo Empresarial: Prof. Francisco Gaudencia Torquato do Rego (Presidente de INTERCOM y profesor de la ECA-USP y Casper Líbero -

Sao Paulo); Investigación en el Periodismo: Prof. Sérgio Caparelli (UFRS); Periódico-Laboratorio y Proyectos Experimentales: Prof. Antonio Firmo Gonzales (FAMECOS-PUC y UNISINOS); Periodismo Político Nacional y Regional: Periodista Clóvis Rossi - Hoja de Sao Paulo.

Legislación de Prensa - Prof. José de Freitas Nobre, diputado federal - ECA USP y Casper Líbero - Sao Paulo; Marketing Periodístico; Periodista Madruga Duarte, Director de la Cero Hora; Periodismo Económico, Periodista Luis Nassif, Editor de Economía de Hoja de Sao Paulo; Periodismo Regional: Periodista Mário Gusmao, Director del Periódico NH-Nuevo Hamburgo; Administración de Empresa Periodística: Jayme Sirotsky, Presidente de la Red Brasil Sul de Radio y Televisión y del Periódico Cero Hora; Periódico en las Escuelas: Equipos Pró-Ler de la Cero Hora; Nuevas Tecnologías en Comunicación II: Periodista Ethevaldo Siqueira, Director de la RNT Revista Nacional de Telemática; Periodismo Científico: Doctor Julio Abramczyk, Editor científico de la Hoja de Sao Paulo; Periodismo en el mundo actual y sus perspectivas: Periodista Marcos Wilson, Editor Internacional del Periódico "El Estado de Sao Paulo" y Profesor Erasmo de Freitas Nuzzi, Director de la Facultad de Comunicación Social Casper Líbero - Sao Paulo.

El éxito y la repercusión del Curso animaron a las entidades que lo promovieron -ABECOM y ANJ- a programar tres cursos más, que deberán realizarse, respectivamente, en Río de Janeiro, en Fortaleza, Ceará (Nor-este de Brasil) y en Sao Paulo, a fines de 1986 y comienzos de 1987.



## En Chile **IMPORTANTE PROGRAMA REGIONAL DE EDUCACION PARA LA RECEPCION ACTIVA DE LA TV IMPULSA CENECA**

**E**l CENECA, Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística, corporación privada sin fines de lucro, que fué creada en 1977, con sede en Santiago de Chile, tiene como objetivo básico contribuir desde una perspectiva democrática, al conocimiento y desarrollo de la sociedad en su dimensión cultural.

Con este propósito realiza tareas de investigación, animación y capacitación en distintas áreas de la cultura y de las comunicaciones. Trabaja a nivel local y nacional en Chile y a nivel regional en América Latina.

Por considerarlo de evidente interés para nuestras Escuelas e investigadores, presentamos a continuación el Programa Regional de Educación para la recepción activa de la TV en CENECA, que nos ha hecho llegar uno de sus principales directivos, el investigador chileno Valerio Fuenzalida.

El Programa que comentamos parte de las siguientes premisas:

La TV es un tema polémico que a nadie deja indiferente por la influencia que ella ejerce en nuestra vida individual y colectiva. Padres de familia, profesores, religiosos, trabajadores, profesionales, jóvenes y mujeres organizados, se pregunta qué hacer frente a la TV.

Las alternativas que se proponen para enfrentar la TV dependen de cómo se considere su influencia. Hay quienes sostienen que no hay nada que hacer frente a su poder ilimitado y que más vale no tenerla... o no encenderla.

El Programa de CENECA, basado en su experiencia de investigación y acción cultural, postula que es posible desarrollar otra actitud ante la TV. Es decir, que es posible pasar de receptores pasivos, que indiscriminadamente consumen TV, a receptores activos.

Ser receptor activo significa:

- Ser críticos ante la TV, es decir, entre los contenidos que ofrece, ser capaz de distinguir aquellos que concuerdan con nuestros propios valores y aquellos que nos producen rechazo. En otras palabras, lograr distanciamiento ideológico y valórico frente a la programación.
- Ser capaces de definir nuestros propios intereses y necesidades de comunicación y confrontarlos con lo que la TV ofrece. Para ello, es preciso descubrir y potenciar nuestras capacidades expresivas, reconociendo el valor de nuestra propia palabra.
- Ser capaces de demandar activamente una orientación de la TV adecuada a los intereses y necesidades de los distintos sectores sociales. Esto es, prepararse para influir en el polo de las decisiones acerca de la programación televisiva.

Para estimular la Recepción Activa de la TV, en 1982 CENECA creó un Programa especializado en Educación para la TV. Este Programa actualmente desarrolla 4 tareas:

- 1) Elabora Guías de trabajo para ayudar al aprendizaje de la actitud activa ante la TV.
- 2) Realiza tareas de capacitación de monitores para el trabajo de instituciones, organizaciones y grupos sociales en esta área.
- 3) Realiza capacitación regional en América Latina, destinada a experimentar y adaptar la metodología y a generar las bases de Centro Autónomos para continuar la Educación para la Recepción Activa.
- 4) Explora la relación concreta entre los mensajes televisivos y los diferentes segmentos de receptores.

### GUIAS Y TEXTOS.

Son elaborados para un destinatario segmentado, esto es, grupos sociales específicos: estudiantes, mujeres pobladoras, jóvenes de sectores populares, profesores, padres de familia ... Proponen actividades y juegos para trabajar en grupo que facilitan el descubrimiento de las relaciones concretas de los televidentes con la TV y las reglas de creación de los diferentes mensajes y formatos.

- "Educación para la TV", CENECA, 75 pgs., tres ediciones 1982 / 1983.
- "Módulo de Educación para la TV", coedición CENECA/CENCOSEP / OREALC-UNESCO. 170 pgs., dos ediciones 1983 / 1984.
- "TV-Padres-Hijos", coedición CENECA / Ediciones Paulinas, 205 pgs. 1984.
- "TV y Recepción Activa", coedición CENECA/CONCOSEP / OREALC-UNESCO/ Vicaría de Pastoral Juvenil, 136 pgs. 1985.
- "Mujer TV", CENECA, 150 pgs. 1986.
- "Educación para la Comunicación Televisiva", Ediciones Paulinas, Buenos Aires, 1986, en prensa.

### CAPACITACION.

La práctica educativa que estimula el Programa en el área de la recepción activa de TV es descentralizada y flexible; se desarrollan talleres de capacitación para monitores y grupos de base, como apoyo a instituciones, centros educacionales y organizaciones sociales que deseen trabajar sistemáticamente en esta área.

Por otra parte, el Programa realiza talleres regionales de recepción activa, como los efectuados en Argentina, Colombia y República Dominicana. En 1985, organizó el Primer Seminario Latinoamericano de Educación para la TV.

### METODOLOGIA.

La metodología que proponen las guías de trabajo y los talleres de capacitación tiene las siguientes características:

- es grupal,
- enfatiza la experiencia concreta de los grupos respecto de la TV; los aspectos teóricos y prácticos son complementarios a la experiencia,
- el aprendizaje se realiza a través de juegos y actividades que permiten a los participantes descubrir los mecanismos de construcción de mensajes y las características de la TV como medio de comunicación,
- la conducción del trabajo grupal es facilitadora, genera condiciones de enseñanza-aprendizaje basadas en la confianza, colaboración y valoración de todos los aportes.
- incluye dinámicas corporales que refuerzan un clima de confianza, ayuda mutua y expresividad.

### EXPLORACION.

El Programa cuestiona las explicaciones tradicionales del proceso de comunicación (Emisor - Mensaje - Receptor), de acuerdo con el cual, el emisor tendría capacidades omnipotentes de manipular al receptor. Se trabaja con el supuesto teórico que los grupos socio-culturales construyen activamente el significado de los mensajes que reciben, de acuerdo con sus propias percepciones y valoraciones de la realidad.

El Programa investiga las relaciones concretas de producción de significado que se establecen entre los distintos segmentos socio-culturales y los mensajes televisivos, postulando que la recepción en una sociedad compleja y diferenciada, no es homogénea. A través de técnicas cualitativas de exploración, se busca descubrir el "significado existencial", que es la relación concreta constituida por la interacción entre un texto televisivo y los receptores. A partir de esa información obtenida, se elaboran las guías de trabajo y los programas de capacitación.

Programa Regional de Educación para la Recepción Activa de la TV.

C E N E C A

Santa Beatriz No. 106

Providencia - Santiago

Chile.

Fono: 43772

Telex: 346386 CENECA



## I LET PONE EN MARCHA CENTRO DE DOCUMENTACION EN NUEVAS TECNOLOGIAS

**E**l Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (I LET), ha puesto en marcha un Centro de Documentación sobre Impactos Socioculturales de las Nuevas Tecnologías para el Manejo de la información. El Proyecto es dirigido por el destacado investigador Héctor

Schmucler, quien se ha establecido nuevamente en su país luego de varios años de intenso trabajo en México. El Centro está orientado especialmente a recoger, sistematizar y difundir documentación vinculado a los efectos previsibles de la "sociedad informatizada" en América Latina y desarrollará sus actividades en la sede-

Buenos Aires del ILET. En esta misma sede, por otra parte, se está llevando a cabo una investigación sobre impactos socio-culturales de las nuevas tecnologías de información, con el auspicio del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo. Para mayores informes o para intercambio regular de

publicaciones, informes y documentos producidos por esa institución y que se considere de interés para los objetivos anteriormente enunciados, dirigirse a:

Callao 796, 9o. Piso, (1023)  
Buenos Aires, Argentina.  
Telf. 420403

## INTEGRACION Y COMUNICACION EN CHASQUI

A consecuencia de un simposio internacional desarrollado en Bogotá a fines de noviembre del año pasado en torno al tema "Integración y Comunicación: desafíos del futuro", el número 17 de *Chasqui*, la puntual revista que edita CIESPAL, recoge en esta entrega correspondientes a enero-marzo de 1986 interesantes trabajos que abordan la problemática que enfrenta la región en este terreno.

El Simposio, que fue organizado por la Comunidad Europea, CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert y contó con el auspicio de destacadas instituciones colombianas, fomentó un amplio debate acerca del papel de la comunicación como instrumento de promoción del proceso integracionista, la función de los organismos de integración y los aportes para lograr una mayor eficacia en la comunicación de la integración en el futuro.

*Chasqui* difunde esta vez, en cumplimiento de las conclusiones de dicho encuentro, trabajos centrales que permitirán a sus lectores asomarse al universo de problemas que se confrantan en el plano de la comunicación para contribuir al complejo proceso de la integración en donde, desde diversas perspectivas, pero unidos por un pasado común y la esperanza del presente, cinco países andinos deben precisar los mejores instrumentos para convertir en realidad los propósitos que animaron a dichos países a constituir una unidad política (y económica) para el desarrollo.

El proceso de integración andino no puede desestimar el ingrediente social que pueda estimular y promover más dinámicas acciones de cooperación. Tras 16 años de experiencia regional, la comunicación ha estado ausente de dicho proceso y, por consiguiente, como se expresa en el editorial de la revista, "sus valores y recursos no han sido aprovechados debidamente por el sector formal del modelo, por sus organismos, acuerdos y convenios y, por lo tanto, no han producido el efecto multiplicador que pudo haberse esperado".

Sin embargo, lanzando una desafiante propuesta que genere un cambio en estas actitudes, se debe lograr que los medios de comunicación colectiva asuman un rol preponderante que difunda contenidos propios, destaque los éxitos y ponga en cuestión los errores y limitaciones.

Este valioso número de *Chasqui*, que aborda una problemática de urgente abordaje multinacional, incluye una entrevista al ecuatoriano Washington Herrera, consultor de la Junta del Acuerdo de Cartagena, así como ensayos del peruano Ignacio Basombrío ("El papel del Estado en la integración"), del venezolano Guido Groocors (Comunicación e integración"),

del italiano Franco Teucci ("Comunidad europea"), del colombiano Jaime Agilera Blanco ("Las telecomunicaciones en el Pacto Andino") y del venezolano Alejandro Alfonzo ("Integración y nuevas tecnologías").

Además, la revista presenta en su sección "Controversia" los puntos de vista de Olivia Mora Campos y Juan Pereira Fiorilo de Chile y Bolivia respectivamente en torno a la labor informativa de las instituciones de integración, contrapunto sumamente interesante por tratarse de periodistas que han laborado durante varios años en el Acuerdo de Cartagena.

Por otro lado, en la sección "Experiencias", Freddy Ehlers se refiere a "Un programa de cinco países al servicio de la investigación", testimonio del trabajo realizado en la serie "Nuestra América. Asimismo, Carlos Martínez Acosta describe "Un programa cultural del Convenio Andrés Bello" en donde se refiere al Programa Expedición Andina.

Finalmente, Eduardo Contreras Budge condensa en su breve texto sus aproximaciones a la medición de audiencias, en la sección "Investigación", enfocando el misterio de las audiencias perdidas por las radioemisoras. Luego, en la sección "Documentos", *Chasqui* difunde las Conclusiones y Recomendaciones del simposio "Integración y Comunicación". Naturalmente, como es habitual, la revista agrega sus conocidas secciones complementarias.

Los interesados en suscribirse a *Chasqui* deberán dirigirse al Apartado 584, Quito, Ecuador. El costo de cuatro números (correspondientes a un año) es USD 12.00.

### "HACIA UNA NUEVA TELEVISION NACIONAL"

El incasable director del Taller de Investigación en Comunicación Masiva (TICOM) de México, Javier Esteinou, nos ha enviado recientemente un trabajo titulado "Hacia una nueva televisión Nacional", en donde analiza diversos componentes de la estructura televisiva de su país y sostiene que "las estaciones de televisión pueden gestionar un proyecto de impulso social".

Esteinou alude nuevamente al rol que cumplió la comunicación masiva con ocasión del terremoto que asoló la capital mexicana el 19 de septiembre de 1985, no sin antes precisar que las tendencias de los medios electrónicos de información de su país han operado en función a cuatro principios de reproducción del orden establecido: "La lógica de la acumulación de capital, la lógica de la legitimación del sistema, la lógica de la evasión de la realidad y la lógica de la atomización de la conciencia".



Sin embargo, la catástrofe condujo a la televisión y otros medios a generar un intuitivo y espontáneo proyecto de educación de masas "que se expresó a través de un permanente flujo de dirección auditiva y visual que gobernó a la capital y a los estados en situación de emergencia". Mas dramático es aún el hecho que, 15 días después de ocurrido el terremoto, las televisoras retomaron su rol habitual, habiendo llegado en estos momentos a restablecer sus programaciones convencionales, sin haberse podido impedir que "las viejas incertidumbres de poder volvieran a ocupar en éstas sus espacios perdidos durante algunos días".

Más adelante, el autor se pregunta qué deben hacer las televisoras nacionales y regionales frente a sus auditorios para impulsar un proyecto de superación nacional. En su razonamiento, Esteinou preconiza que los medios audiovisuales deben constituirse en tecnologías culturales capaces de producir cargas informativas o subjetividades específicas "que puedan generar conciencias prácticas para enfrentar las contradicciones que impiden su progreso".

Así, la televisión debería actuar como un instrumento cultural de desarrollo nacional y regional, a través de la distribución de conocimientos especializados por zonas de conflicto y no como empresas aisladas, productoras de abundante información parasitaria desvinculada de las urgentes necesidades municipales y estatales donde actúan.

El problema reside, según Esteinou, en que la televisión se ha convertido en la principal red cultural capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los destinatarios.

Y sus preguntas son contundentes: ¿qué información deben generar las estaciones locales de televisión frente a los requerimientos de desarrollo que encaran sus públicos?.

Lo que propone finalmente el autor, a partir de la dramática experiencia del terremoto y del rol de los medios audiovisuales en esos momentos, es un replanteamiento total con vistas a lograr que toda la infraestructura televisiva sea dirigida al cambio de la mentalidad de los mexicanos acerca de los grandes problemas nacionales.

### INTERCOM: COMUNICACION EN LA SELVA AMAZONICA

La excelente *Intercom Revista Brasileira de Comunicação* que, desde hace nueve años, publica la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (INTERCOM), arriba al No. 54, constituyendo una prueba de disciplina editorial y seriedad académica dignas de ser emuladas en nuestro continente.

La carátula identifica un tema nuevo: la comunicación en la selva amazónica, lo que constituye el aspecto central de una entrevista realizada por la periodista e investigadora Regina Festa a dirigentes sindicales y comunales de Santarém, en la que descubre aspectos inéditos de la comunicación en la selva amazónica, y observa la recepción crítica que los trabajadores de la región hacen en relación a los vehículos de la industria cultural.

Asimismo es importante un documento que alude el uso de los medios de comunicación en la educación de los receptores que la UNESCO e INTERCOM eligieron como objeto al trabajo de un seminario realizado en São Paulo a mediados del año pasado.

Por otro lado, *Intercom* incluye un artículo de Mario Erbolato acerca de la motivación de los jóvenes para

leer y el comentario de José Marques de Melo sobre la conquista de nuevos lectores de periódicos en el interior gaucho.

Además, en este número se promueve un debate en torno a la telenovela *Roque Santeiro*, que constituye el mayor éxito de su género en el país. Los editores se preguntan si se trata de un fenómeno coyuntural de naturaleza catártica, producido por la decepción popular con la Nova República (sin Tancredo Neves). Y, por otro lado, reflexionar sobre si esto representa la persistencia de la ironía propia de la novela, reforzada por el liberalismo de la censura federal en esta época de transición democrática.

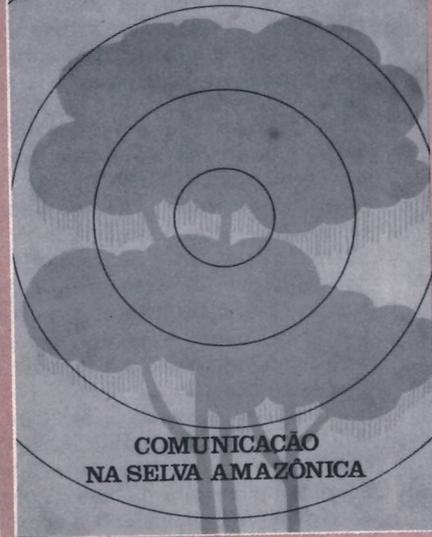
Por ejemplo, en su análisis del componente religioso popular, Rosa Costa Crispim y Arnaldo Beltrami afirman que "la venta de santitos, estatuas, medallas, velas, pedazos de ropa y toda una parafernalia altamente rentable y lucrativa para algunas personas que también buscan mano de obra barata (el más importante comerciante de la ciudad, Zé das Medalhas, posee un automóvil de lujo, modelo del año, una buena casa y no tiene problemas con el precio de la gasolina".

Dos aspectos llaman la atención en el fenómeno *Roque Santeiro*. Por un lado, la sobrevivencia y el gran éxito de un género que se consideraba debilitado en la televisión brasileña. Por otro, el interés y el entusiasmo que despierta en el territorio nacional, obligando a los ciudadanos a instalarse en su sala de estar, tras haber desarrollado una activa tarea en calles y plazas exigiendo elecciones directas.

Finalmente, debemos decir que la revista incluye, como siempre, diversos artículos de relativa extensión en donde se tocan temas pertinentes a la comunicación.

Quienes deseen suscribirse a esta revista deberán escribir a José Marques de Melo. Rua Dr. Nicolau de Souza Quiroz 478 (Villa Mariana), SAO PAULO, Brasil.

**INTERCOM 54**  
Revista Brasileira de Comunicação



### HUELLA Y EL TERREMOTO DE MEXICO EN LOS DIARIOS DE LIMA

*Huella* es el nombre de una colección de cuadernos de divulgación académica del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), de México, que acaba de arribar a su duodécima entrega: "La construcción informativa del acontecer. El terremoto de México en los diarios de Lima", de Raúl Fuentes Navarro.

El autor, licenciado en Ciencias de la Comunicación por el ITESO, se encontraba el 19 de septiembre de 1985 en Lima, como participante de una reunión académica. Como se sabe ese día ocurrió un terremoto

# huella

cuadernos de divulgación académica

12

Raúl Fuentes Navarro

La construcción  
informativa del acontecer.  
El terremoto de México  
en los diarios de Lima

iteso

que afectó a varias poblaciones de México, y especialmente a la capital, en la que arrasó una amplia zona del centro de la ciudad.

Fuentes no tuvo alternativa: se vio obligado a informarse sobre lo que sucedía en su país con los medios masivos limeños y, a poco, encontró que el tratamiento de los nueve diarios (ocho matutinos y uno vespertino) aportaba interesantes materiales de análisis. Así, decidió examinar la cobertura del terremoto y optó inicialmente por un análisis temático, tras desagregar 20 tópicos informativos.

El texto es relativamente poco extenso y apenas desborda la descripción. Si bien el corpus elegido es breve (las ediciones de los nueve diarios lanzaron el 20 de septiembre), existe abundante (y consistente) material textual e icónico que el autor podría haber manejado con mayor soltura y extensión.

### LOS PROGRAMAS CHILENOS DE TV INFANTIL

La Corporación de Promoción Universitaria (CPU) inició en 1984 un programa de estudios de la TV de Chile con el propósito de contribuir a la búsqueda de alternativas para la orientación, estructura y contenidos televisivos del país.

Asimismo, la CPU decidió ingresar al terreno editorial a fin de dar cuenta de los debates de un primer seminario celebrado ese mismo año acerca del sistema televisivo chileno.

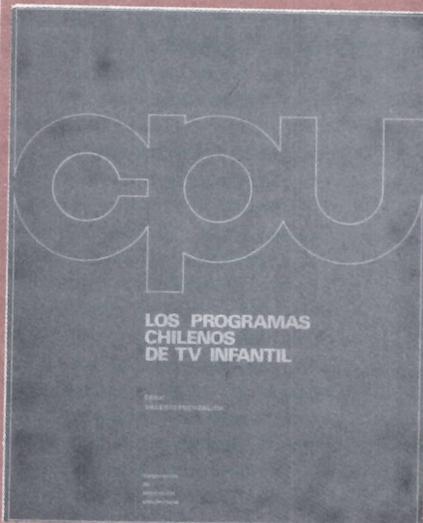
No fue hasta 1985 que se pudo constituir un equipo de trabajo dedicado a abordar el tema de la producción nacional de programas de TV infantil. El equipo sostuvo reuniones con directores, productores y animadores de todos los programas infantiles de Chile, y encargó trabajos de investigación a

varios especialistas.

Todas esas tareas debían culminar con un seminario que reuniría a los realizadores con profesionales preocupados por el desarrollo de la TV infantil. Dicho seminario se efectuó entre el 22 y el 23 de noviembre y los participantes, que llegaron a ser 70, debatieron intensamente en torno al tema.

Es así que el CPU ha publicado un documento de trabajo, "los programas internos de TV infantil", editado por Valerio Fuenzalida, gracias al apoyo de la Fundación Konrad Adenauer.

El texto agrupa cuatro capítulos que se refieren a la programación infantil, los encuentros de TV infantil (1981-83), los programas infantiles vistos por sus realizadores, dos estudios de recepción de dichos programas y, por último, tendencias actuales y futuro de la TV chilena.



### BRASIL: COMUNICACION Y TRANSICION DEMOCRATICA

El Brasil atraviesa desde hace dos años un apasionante proceso político. La dictadura militar que sometió al país desde 1964 cedió al fin, gracias a la lucha librada primordialmente por las fuerzas avanzadas del país, y se produjo la transición democrática. Este es precisamente el tema del *reader Comunicación y transición democrática*.

Según expresa el prologuista del *reader*, José Marques de Melo, cuando INTERCOM organizaba su VII Ciclo de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación se hallaba en su máximo apogeo el movimiento a favor de la elección directa de la plataforma política de oposición que identificaron Tancredo/Sarney. Ya la transición democrática se mostraba irreversible, en el camino de la conciliación liberal que rescata el sintagma republicano "orden e progresso": progreso como sinónimo de impulso al cre-

cimiento económico, estímulo a las actividades productivas, mejora de las condiciones de vida de los trabajadores, disminución de la miseria, etc.; orden como traducción de un no revanchismo, reorganización constitucional controlada, no estímulo al radicalismo político.

De modo que no es azaroso que INTERCOM haya estructurado en 1984 la reflexión y el debate del problema de la comunicación en el proceso de transición democrática, a partir de dos ejes fundamentales: el Estado, en su condición de árbitro y agente mediador de los intereses del gran capital; la sociedad civil, presuntamente beneficiaria de la acción de los medios, pero ausente de las decisiones respecto de su engraje y protagonista secundaria en la formulación de su discurso.

Por otro lado, el comité responsable del encuentro consideró una variable no decisiva, pero importante en el modo en que el problema de la comunicación y de la cultura es tratado por las dirigencias políticas: su subalternidad en un proyecto democratizante.

Finalmente se debe decir que la posición asumida por el INTERCOM definió que la comunicación constituye, en las sociedades modernas, el espacio por excelente vía de la práctica política, donde existe la necesidad de equilibrar los flujos informativos generados por las clases sociales en conflicto o, por lo menos, de garantizar la oportunidad de la participación pública de las clases dominadas en el debate político, utilizándose los vehículos accesibles a grandes sectores de la población.

Eso es, pues, el marco en que se generó este conjunto de propuestas y análisis que posteriormente fueron revisadas por sus propios autores con vistas a su publicación.

Para construir este *reader* se han

considerado diversos tópicos genéricos. La Introducción se centra en el tema "Estado, sociedad civil y medios de comunicación en el Brasil". Y luego se suceden cinco partes que localizan su atención en "Medios de comunicación en el Brasil", "Estado y medios de comunicación", "Sociedad civil y medios de comunicación", "Cultura y medios de comunicación" y, finalmente, "Medios de comunicación y transición políticas".

Como quiera que se trata de un texto sumamente útil, lo recomendamos a nuestros lectores, los interesados en adquirirlo, deben escribir a Editora Mercado Aberto Ltda. Rua Santos Dumont, 1186. Cx. P. 1432 - 90230 P. ALEGRE - R.S. Brasil.

### CUADERNOS DEL CONEICC DIFUNDEN AVANCES DE TEXTO DE MANUEL MARTIN SERRANO

El investigador español Manuel Martín Serrano —quien acaba de visitar la capital peruana invitado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima— estuvo en México en septiembre de 1984 y autorizó la publicación de un avance de la introducción y la primera parte de su obra *La producción en comunicación social*, lanzada en 1986 por Alianza Editorial en Madrid.

Así, el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), nos ha hecho llegar el cuaderno que, con el mismo título, difunde aspectos centrales de la propuesta de MMS.

La estructura del texto incluye las teorías del intercambio entre sociedad y concepción del mundo, el planteamiento teórico y metodológico para el estudio de la producción social de comunicación, las mediaciones que intervienen en la representación del cambio social, los métodos para analizar la contribución de los medios de masas a la producción del acontecer público y la elaboración de representaciones del entorno, así como la aplicación de los métodos propuestos al estudio de los efectos del cambio sociopolítico en la prensa y la televisión.

El corpus que estudia MSS se fragmenta en dos momentos: los relatos (procedentes de la TV) entre 1970 y 1972 —durante el franquismo—, y los textos (procedentes de la prensa) entre 1973 y 1974, y entre 1977 y 1978 (después del franquismo). El autor pudo cotejar, entorpecer, la formulación de mensajes en dos momentos históricos escindidos por la muerte de Francisco Franco.

En sus materiales, MSS ha podido efectuar un estudio diacrónico y otro sincrónico. Con ambos ha intentado percibir de qué manera el cambio de régimen político afecta a la producción de los MCM; por otro lado, su



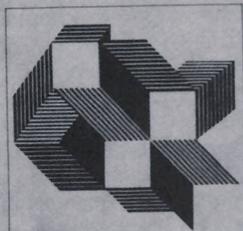
análisis también le permite investigar de qué manera el cambio de objetos de referencia de la comunicación afecta a la producción comunicativa de los MCM.

El cuaderno aporta datos suficientes para entender que MSS aplica en sus análisis la teoría de la mediación e incluye los interesantes modelos canónicos con que MSS trabaja.

Manuel Martín Serrano (Madrid 1940) es director del Departamento de Teoría de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. En su ya copioso trabajo intelectual se ha ocupado a cabo investigaciones de campo sobre temas muy diversos. Sus textos más conocidos son *La mediación social* 1977 y *El uso de la comunicación social por los españoles* (1982).

Cuadernos  
del  
CONEICC

## La producción de comunicación social



Manuel Martín Serrano

### PARA VER (MEJOR) LA TELEVISION EN BOLIVIA

Dedicada casi íntegramente al análisis de diversos componentes y aspectos de la televisión, la *Revista Boliviana de Comunicación* nos entrega un número múltiple (6-8) correspondiente a noviembre de 1985.

Los lectores deben saber que se trata de la nueva denominación de *Comunicación, Revista de Cultura* que edita la Universidad Católica Boliviana. En este número, los editores manifiestan que, como en muchos otros países, la televisión en Bolivia está "alejada de su realidad, transmisora sobre todo de violencia, horror y sexo, a través de una mayor parte de programas de origen extranjero y una programación nacional, en su generalidad pobre y de baja calidad, encerrada casi totalmente en el género informativo-descriptivo".

El número es atractivo por su contenido. Incluye entrevistas a Alejandro Alfonzo (que se refiere a la necesidad de políticas nacionales de Comunicación en América Latina) y a directivos de las empresas televisivas bolivianas —privada, estatal y universitaria—, quienes expresan sus puntos de vista *in extenso*.

Por otro lado, aparecen artículos de Ramiro Caballero y Ramiro Duchén ("Aproximación a la televisión en Bolivia"), Ronald Grebe ("Violencia, horror y sexo- TV en Bolivia"), Jorge Torres Garay ("Legislación Boliviana sobre televisión"), Julio Peñaloza ("Cine y TV: una disputa empresarial") y Jorge Behoteguy ("El spot publicitario televisivo").

Los interesados en adquirir la revista deberán escribir a *Revista Boliviana de Comunicación*, Casilla 1068, LA PAZ, Bolivia.

### SIGNO Y PENSAMIENTO

Llega a su octava entrega la revista *Signo y Pensamiento* que durante cinco años viene publicando la Facultad de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Sobria en su presentación, en este número incluye trabajos como "La creatividad en los procesos educativos universitarios" de Graciela Aldana de Conde, "Lo popular: realizar lo imaginable, imaginar lo realizable" de Marisol Cano y Carlos Cortés, y "Régimen jurídico de los satélites", de Elker Buitrago.

Además, la revista publica un resumen del seminario dictado por Miguel de Moragas Spa en septiembre de 1985 en torno a "Comunicación

y política: la investigación europea en comunicación".

Lo que constituye un acierto es la sección "Apuntes de clase" en donde Mariluz Restrepo de Guzmán ("Bases para la comprensión científica de la comunicación") y Gabriel Jaime Pérez ("Hacia una ética de la comunicación social") se esfuerzan por sintetizar nociones académicas con la intención de actualizar datos y perspectivas.

En la sección "Investigadores invitados" el mexicano Javier Esteinou, autor de "La transformación cultural del Estado contemporáneo frente a las nuevas tecnologías de información", analiza uno de los temas más abordados en la actualidad, tanto por su importancia como por la necesidad de que el Estado reformule el rol que ocupa en el ámbito de la comunicación.

*Signo y Pensamiento* no sólo difunde materiales de investigadores profesionales, sino que ofrece generosamente su espacio a jóvenes recién egresados que empiezan a probar sus armas en el ejercicio crítico y en las técnicas de la investigación. Este es el caso de "La desinformación en la dictadura totalitaria", resumen del trabajo de grado de Alfredo Julio Montaner. Del mismo modo, la revista abre sus puertas a trabajos de estudiantes que dan cuenta del grado de avance de éstos.

Finalmente, se incluye un documento procedente de un proceso de autoevaluación que se desarrolla en la Facultad de Comunicación de la Universidad Javeriana. Se trata de "Énfasis en Comunicación Organizacional".

Quienes deseen suscribirse a la revista deberán escribir a *Signo y Pensamiento*, Facultad de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera 7a. No. 43-82. 7o. piso-Edificio Valtierra. BOGOTA, Colombia.

Pontificia  
Universidad Javeriana

8  
ISSN 0120-4521

Facultad de  
Comunicación Social

### EL DISCURSO NUNCA FUE EL REINO NUESTRO

El Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Santo Domingo prosigue publicando, en su colección de Cuadernos de Comunicación Social, diversos trabajos de breve dimensión que cubren un espectro temático variado.

El Cuaderno No. 7 difunde una entrevista realizada al investigador argentino Daniel Prieto Castillo por Onofre de la Rosa y Carlos Eduardo Cortés. El título del cuaderno ("El discurso nunca fue el reino nuestro") alude a apropiación del discurso que en la actualidad ejercen diversas áreas de las Ciencias de la Comunicación.

La entrevista, que toca puntos centrales en la investigación contemporánea, le permite a Prieto establecer que los investigadores deben trabajar en varios planos. Dichos planos son, en primer lugar, los *trabajos sociales* (que requieren de un bagaje instrumental para el análisis del discurso). En segundo lugar, el espacio universitario.

Este segundo plano adquiere medular importancia ya que las ciencias de la comunicación se desarrollan, en América Latina, con mayor rigor y legitimidad, en el ámbito académico. "Me cuestiono en el sentido que al no saber leer discursos, tanto de los grandes medios como de comunidades, como de instituciones, mal se puede pretender ser un comunicador. Es un problema de herramienta de trabajo, de análisis de la propia herramienta", señala Prieto.

El tercer plano, es el problema del discurso como "los grandes momentos discursivos del contexto latinoamericano". Y agrega que habría que "arrancar muy concretamente desde el periodo independentista para saber qué hemos sido, discursivamente hablando, en los sucesivos momentos históricos".

Más adelante, Prieto alude a ciertas contradicciones que se advierten en el ámbito académico y, finalmente, se instala en el grupo de investigadores que preconizan un acercamiento a la denominada cultura popular, pero sin las coartadas metodológicas de la universidad.

Si bien es cierto que hace salvedades, se advierte en el tono de la entrevista un fuerte sesgo anti académico, y que todavía considera el hacer teórico como un trabajo "aislado" de la sociedad. Sin embargo, rescata el hacer de la investigación como una necesidad y agrega que si tuviera que dirigir una escuela, "Plantearía desde el comienzo que no hay manera de aprender sin investigar".



Daniel Prieto Castillo.  
El Discurso Nunca Fue el Reino Nuestro.  
Onofre de la Rosa  
Carlos Eduardo Cortés  
No. 7  
1986  
Tra. Edición  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION SOCIAL - UASD.

## LO OBSCENO COMO OBJETO DE TRABAJO PARA EL COMUNICADOR

Si bien esta nota atañe a las Jornadas Impertinentes que se desarrollaron en la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de Sao Paulo en agosto de 1983, el libro fue publicado recientemente, gracias a la participación de la Fundación de Apoyo a la Investigación del Estado de São Paulo y la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (INTERCOM).

Según Jerusa Pires Ferreira, quien presenta los textos, en 1983 se celebraron, durante una intensa semana de trabajo, las primeras Jornadas Impertinentes. La convocatoria tuvo un fin específico: analizar las manifestaciones de la obscenidad (las indecencias, lo no-formal, lo lejano de la escena en el ámbito de las comunicaciones).

Los organizadores pudieron señalar espacios específicos y asignar a los participantes objetos de trabajo diversos y atractivos. Así, se fue delineando la atención a la tradición popular (la literatura de cordel, los rituales africanos, el lenguaje erótico, las palabrotas, los *grafitti*, la pornografía de los *comics*, las revistas masculinas, etc), y a otras expresiones culturales.

Naturalmente, las primeras sesiones denotaron la perplejidad y la curiosidad de los investigadores. Pero, a poco, su formación académica y la seriedad de su aproximación produjo un esclarecedor y rico debate en torno al componente obsceno en los discursos que atraviesan la comunicación.

El resultado final es un *reader* muy valioso, en ocasiones regocijante, que incursiona por primera vez en el ámbito del análisis de la comunicación, de modo orgánico.

Naturalmente, algunos textos incluidos aquí tratan de hurgar en la historia, en los comportamientos y en las representaciones para precisar aquellos elementos que configuran, a través del tiempo, el espacio de lo obsceno. Lo interesante fue —como señala Jerusa Pires— que se llegó a superarlo hasta ese momento se percibía como actitudes tradicionales frente a estas manifestaciones: o un silencio comprometedor y un velo idealizante, o una revelación de carácter sensacionalista.

Vale la pena, pues, acercarse a este novedoso texto que inaugura un tipo de acercamiento a una de las más fuertes marcas que se advierten en los discursos sociales y que, a no dudarlo, crean una apertura interesante a los investigadores de la comunicación en nuestro continente.

El texto, titulado *Jornada impertinentes, o Obsceno* se debe al trabajo compilador de Jerusa Pires Ferreira y Luis Milanese y puede ser solicitado a Editora de Humanismo, Ciencia y Tecnología Ltda. Rua Comendador Eduardo Saccab, 344 04602 SAO PAULO, Brasil.

## NTC/NCT

Como reza el editorial de esta Carta Informativa, *NTC/NCT* es "una doble sigla que corresponde a una expresión cada día más común: Nuevas Tecnologías de Comunicación / New Communication Technologies. El primer número apareció en febrero del presente año, en tanto que el segundo se difundió en mayo, demostrando que su periodicidad es rigurosamente trimestral.

Y muy pocos se sorprenderán al saber que los editores son los miembros del Instituto para América Latina (IPAL), cuyo interés en el análisis y abordaje de las nuevas tecnologías los identifica ya como uno de sus más acuciosos promotores.

En su segundo número, la publicación incluye un epígrafe que define su rápida madurez. Se trata de una "revista de intercambio sur-norte sobre nuevas tecnologías de comunicación".

En el primer número, *NTC/NCT* preconiza la vigilancia de tres áreas: la informática, las telecomunicaciones y el video. Y aclaran que la carta informativa quiere continuar el diálogo iniciado durante el encuentro sobre Impacto Cultural y Socioeconómico de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación, realizado en Tallahassee, Florida, entre el 10 y el 13 de diciembre de 1984, convocado por la UNESCO y The Learning Systems Institute de la Universidad de la Florida.

En el segundo número, *NTC/NCT* inserta una reseña sobre el panorama del satélite en América Latina: su participación en el sistema INTEL-SAT; las experiencias nacionales (como el sistema Morelos en México, y el Brasilsat en el Brasil, que entraron en funcionamiento en 1985) y sistema regionales proyectados para años futuros: el *Cóndor* de los países andinos y el *Panamsat Continental*.

En ambos números se agregan avances, notas y referencias de sumo interés; pero sobre todo se difunde un directorio de los investigadores e instituciones que en la actualidad estudian las NTC en América Latina.

Los interesados deben dirigirse a Rafael Roncagliolo. *NTC/NCT* - Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional-IPAL. La Mar 170. Lima 18, Perú. El costo de la suscripción anual (que comprende cuatro números) es de USD 10.00.

# DOCUMENTOS

La Secretaría Ejecutiva de FELAFACS ha recibido recientemente:

## ARGENTINA

"Contribuciones para el Debate". Revista trimestral publicada por el Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano (CIEDLA). Nr. 1/86.

## BOLIVIA

"Revista Boliviana de Comunicación". Tema: "La Televisión en Bolivia". Nr. 6 - 8. Noviembre 1985.

"SID-COM. Servicio de Investigación y Documentación en Comunicación Social". Universidad Católica Boliviana.

## BRASIL

"Comunicacao e Transicao Democrata". Organizador: Jose Marques De Melo. Publicado por INTERCOM. 1985.

"INTERCOM 54". Revista brasileña de Comunicación: "Comunicacao na Selva Amazonica".

"Geraes". Nr. 43 y 44. Publicación del Centro de Documentación del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais. 1985.

"A Imprensa". Organo laboratorio de la Facultad de Comunicación Cásper Líbero. Nr. 263. Abril - Mayo 1986.

"Gazeta". Reglamento del Programa de Estudios de Posgrados 1985 - 87. Publicado por la Facultad de Comunicación Social Cásper Líbero.

"Boletín Técnico del SENAC". Organo oficial del Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial (SENAC). Año 11. Nr. 3. Setiembre - Diciembre 1985.

"Boletín UCLAP". Informativo oficial de la Unión Católica Latinoamericana de Prensa. Año VI. Nr. 27. Marzo - Abril de 1986.

"Espacial". Publicación del Instituto de Investigaciones Espaciales (INPE). Año XIII. Nr. 62. Enero - Febrero de 1986.

"Boletín AUN". Agencia Universitaria de Noticias. Organo laboratorio del Departamento

de Jornalismo y Editoracao de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de Sao Paulo.

"Jornal do Campus". Editado por el Departamento de Jornalismo y Editoracao. ECA/USP. Año IV. Nr. 23. Mayo de 1986.

## COLOMBIA

"La Tadeo". Publicación de la Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Volumen II. Nr. 12. Octubre de 1985.

"Signo y Pensamiento". Publicación de la Facultad de Comunicación social de la Universidad Javeriana. Volumen 5. Año 5. Nr. 8.

## CUBA

"Heraldo Cristiano". Organo oficial de la Iglesia Presbiteriana Reformada en Cuba. Año LXVII. Nr. 1. Enero - Febrero de 1986.

"JUPRECU". Revista cuatrimestral de la Juventud Presbiteriana Reformada de Cuba. Año XXV. Nr. 1. Enero - Abril de 1986.

"CIAC". Centro de Información del Consejo Mundial de la Paz para América y el Caribe. Editada por el Movimiento Cubano por la Paz y la Soberanía de los Pueblos. Nr. 8. 1985.

"CEMEDIN". Publicado por el Centro de Estudios de los Medios de Difusión Masiva (CEMEDIN) de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC). Nrs. 2 y 3. Año 1986.

"Pablo". Publicado por la Unión de Periodistas de Cuba.

## CHILE

"El Sistema de Prensa en Chile (1973 - 84)". Por: Arturo Navarro. CENECA. Marzo de 1985.

"La Radio en Chile (Historia, Modelos, Perspectivas)". Por: María Cristina Lasagni, Paula Edwards y Josiane Bonnefoy. CENECA. 1985.

"CPU". Tema: Los programas chilenos de TV infantil. Editor: Valerio Fuenzalida. CENECA. 1985.

"Carta Mensual". Editado por el Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL). Abril de 1986.

## ECUADOR

"UNDA-AL Enlace". Año IV. Nr. 1. Marzo - Abril de 1986.

"Informativo CIESPAL". Nr. 6. Enero - Marzo de 1986.

"Chasqui". Tema: Integración y Comunicación. Nr. 17. Enero - Marzo de 1986.

## INGLATERRA

"Index on Censorship". Revista especializada en libertad de expresión y derechos humanos. Publicada por Writers and Scholars International Ltd. Editor: George Theiner. Volumen 15. Nr. 4. Abril de 1986.

## MEXICO

"Huella". Cuadernos de divulgación académica. Tema: La construcción informativa del acontecer. El terremoto de México en los diarios de Lima. Autor: Raúl Fuentes Navarro. Nr. 12. ITESO.

"Casta Informativa ILET". Abril de 1986.

"Tecnología y Comunicación Educativas". Publicación trimestral del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE). Nr. 2. Febrero - Abril de 1986.

"Cuadernos del CONEICC". Tema: La producción de comunicación Social. Por: Manuel Martín Serrano. 1985.

"Hacia una nueva televisión Nacional". Por: Javier Esteinou Madrid. Trabajo realizado en el TICOM de la UAM - Xochimilco. Mayo de 1985.

## PANAMA

"Syntagma". Año 2. Nrs. 8 y 9. Año 1985. Boletín especializado del Centro de Investigaciones de la Comunicación Social, bajo la dirección del Ministerio de Gobiernos y Justicia de Panamá, Dirección Nacional de Medios de Comunicación Social.

## PERU

"Agenda Empresarial". Organo oficial de la Federación de Asociaciones de Pequeñas Empresas Industriales del Perú. Nr. 13. Abril de 1986.

"Actualización Legal en Comunicaciones". NEUMA Año II. Nr. 1. Enero - Marzo de 1986.

"Boletín". Informativo del Consejo Nacional de Población. Abril de 1986.

"Educación para la Vida". Exposición del Profesor Grover Pango Vildoso, Ministro de Educación, ante las Comisiones de Educación, Ciencia y Cultura de las Cámaras de Senadores y Diputados. Ministerio de Educación del Perú.

"Revista Finanzas Públicas". Publicación del Programa de Post-gradó en Economía de la Facultad de Economía de la Universidad de Lima. Año II. Nr. 2. Marzo de 1986.

"Debate". Revista bimestral. Una publicación de Apoyo S.A. Nr. 38. Mayo de 1986.

"Carta Informativa NTC/NCT". Publicación trimestral del Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional. Año I. Nrs. 1 y 2. Año 1986.

## REPUBLICA DOMINICANA

"Daniel Prieto Castillo: El discurso nunca fue el Reino Nuestro". Cuaderno de Comunicación social Nr. 7. Departamento de Comunicación Social. Publicación de la Universidad Autónoma de Santo Domingo.

## SUIZA

"IFDA Dossier 53". Publicado por la Fundación Internacional para Alternativa de Desarrollo. Mayo - Junio de 1985.

