

EC34

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ENCUENTRO CONEICC '83

Comité Organizador

Gómez Palacio, Dgo. Noviembre 11- 12, 1983.

SOBRE COMUNICACION POPULAR

- Documento Base -

Introducción

En una perspectiva de futuro, frente a un presente de dominación y de aislamiento social, el Encuentro CONEICC '83 pretende profundizar en el significado, análisis e interpretación de la comunicación popular, en cualesquiera de sus manifestaciones y de sus prácticas.

Los últimos años han visto aparecer, como en corrientes subterráneas, formas diversas de análisis teóricos y de prácticas comunicativas populares, que tratan de enfrentarse a la comunicación dominante. No obstante, aún no se definen suficientemente, ni en la teoría ni en la práctica, la esencia, los objetivos y los mecanismos de la comunicación popular.

Resulta, pues, de suma importancia que en el Encuentro CONEICC '83 se prosiga por este camino de búsqueda -o por esta búsqueda de un nuevo camino- a fin de propiciar la confluencia de diferentes opiniones, experiencias y logros.

I. Algunas interrogantes sobre comunicación popular.

Desde las crisis cotidianas que permean nuestra existencia personal y colectiva, resulta angustioso constatar la urgencia de integrar-

solidariamente, y de comunicar entre sí, a las fuerzas que luchan, en múltiples formas, por acelerar la independencia y la liberación de -- nuestros pueblos.

Tal vez aquí pueda encontrarse la raíz de este proceso que se -- ha venido denominando comunicación popular.

Agregar el adjetivo "popular" al sustantivo "comunicación", implica, primero, que no se trata de una comunicación cualquiera. Entonces, ¿de cuál comunicación se habla? ¿Cuáles son los alcances y -- los límites de esta comunicación? ¿Cuáles son las diferencias o las -- semejanzas entre esta comunicación popular y la llamada comunicación- -- alternativa? Y, en la misma perspectiva, ¿cuáles son las diferencias y las semejanzas entre la comunicación popular y la denominada contra- -- información?

Quienes han optado por el análisis teórico o por la práctica de la comunicación popular, ¿han superado el discurso autoritario de muchos medios informativos de izquierda? ¿Han establecido enfoques comunicativos diferentes, contenidos temáticos diferentes, lenguajes diferentes, mecanismos o estrategias diferentes? En otras palabras, -- ¿han trascendido el esquema informativo autoritario que se origina en el poder y desde el poder, y que no tolera ni abre cauces a la participación activa y consciente, al diálogo, a la democratización y a un proceso de cambio social?

Ahora bien, si se ha optado por una comunicación popular, ¿qué alcances teóricos y prácticos se le da al concepto popular? ¿Es comunicación popular cualquier intento por llegar a los marginados, a los campesinos, a los obreros, a los artesanos..., a quéllos que se definen como integrantes de las clases populares? En otras palabras, -- ¿cuál es el pueblo al que se dirige la comunicación popular? ¿Desde-

qué perspectivas teóricas o ideológicas se define lo popular de este tipo de comunicación?

Reflexionar sobre éstas - y otras muchas - interrogantes es el objetivo que se enmarca en el análisis teórico que pretende el ENCUENTRO CONEICC '83. Tema, como puede verse, susceptible de ser discutido, confrontado y debatido en el marco de un diálogo que puede ser fecundo.

## II. Experiencias en Comunicación popular.

Muchos esfuerzos de establecer lazos o de abrir nuevos canales de comunicación entre el pueblo y con el pueblo, quedan en el olvido o se ignoran absolutamente, porque los grandes medios no les dan cabida.

El ENCUENTRO CONEICC '83 pretende abrirse a cualquier experiencia en la que los sectores populares sean participantes activos de programas diversos en los que se utilicen diversos "medios", como historietas, audiovisuales, cine, video-cassettes, boletines, periódicos murales, cassette-foros, diaporamas, etc., etc.

Para poder enmarcar esas experiencias desde una misma perspectiva, creemos conveniente plantear las siguientes interrogantes:

- " ¿Cómo puede describirse esta experiencia? ¿Cuándo se inició?  
¿ Por qué? ¿A quiénes se dirige?
- " ¿Cuáles son sus objetivos? ¿Han cambiado? ¿Permanecen los mismos del comienzo?
- " ¿Cuenta con alguna fundamentación teórica? ¿Cuál?
- " ¿Existió (o existe) alguna confrontación entre teoría práctica?

- \* ¿Qué medios comunicacionales se han probado? ¿Cuáles son sus contenidos? ¿Qué resultados se han obtenido?
- \* ¿Se ha evaluado la experiencia? ¿Cómo?

En pocas palabras, al escoger algunas experiencias en el campo de la comunicación popular, como teatro, radio, cine, video-cassettes, etc., se pretende que éstas sean descritas y explicadas suficientemente, en tal forma que quede claro:

- 1º Origen y evolución de la experiencia.
- 2º Objetivos (directos o indirectos)
- 3º Medios utilizados para lograr esos objetivos.
- 4º Evaluación: objetivos vs. resultados.
- 5º Conclusiones.

### III. Comunicación popular e industrias culturales.

No sin razón las llamadas industrias culturales se ven siempre con sospecha, si no con exacerbación crítica. Pero cualquiera que sea el punto de vista de quienes las analizan, lo cierto es que los productos de dichas industrias están ahí... Y en ocasiones han logrado crear figuras míticas que superan con mucho a los héroes o a los santos. Kalimán o La Familia Burrón, La mujer maravilla o Gabriel y Gabriela, Luke Skywalker o Supermán, están en el mercado para comprobarlo. Si a esto agregamos ya no la multiplicidad de revistas o historietas, sino además la presencia de las industrias culturales en todos los medios masivos, es justo hacernos algunas reflexiones:

- \* ¿En qué medida los productos de las industrias culturales inciden en la cultura popular?
- \* ¿En qué forma interactúan los dos elementos de este análisis:

por una parte, las culturas populares; y por otra, las indus  
trias culturales?

- \* ¿De qué depende el éxito de mercado que tienen muchos de estos "productos culturales" presentados a través de radio, cine, prensa y/o televisión?
- \* ¿Existe alguna evaluación seria de cómo las industrias cultu  
rales van transformando a las culturas populares?
- \* ¿Existe, pues, algún análisis sobre el impacto real en la --  
cultura de masas, producido por las industrias culturales na  
cionales y transnacionales?
- \* ¿En qué medida la comunicación alternativa se presta como u-  
na opción realista frente a los mensajes de las industrias -  
culturales y transnacionales?

Estas \* y otras muchas - interrogantes surgen al reflexionar so  
bre el tema que ahora nos ocupa para el ENCUENTRO CONEICC '83 y que -  
esperamos sean respondidas y debatidas ampliamente.

#### CONCLUSION

En consecuencia, el ENCUENTRO CONEICC '83 busca abrir un espa--  
cio de discusión en torno a las perspectivas teóricas actuales de la-  
comunicación popular, a experiencias evaluadas de comunicación popu--  
lar llevadas a cabo en México, y a las posibles relaciones entre comu  
nicación popular e industrias culturales.

Las interrogantes aquí planteadas no agotan la amplia gama de -  
cuestiones relacionadas con la comunicación popular, pero responde a

ésta - o a otras muchas - preguntas es indispensable para la comprensión de los fenómenos comunicativos.

Por nuestra parte, esperamos que el ENCUENTRO CONEICC '83 constituya un espacio de intercambio, discusión y diálogo, que permita vislumbrar caminos para encontrar las respuestas.

EL COMITE ORGANIZADOR.

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ENCUENTRO CONEICC '83

Comité Organizador

Gómez Palacio, Dgo. Noviembre 11-- 12, 1983.

SOBRE COMUNICACION POPULAR

- Documento Base -

Introducción

En una perspectiva de futuro, frente a un presente de dominación y de aislamiento social, el Encuentro CONEICC '83 pretende profundizar en el significado, análisis e interpretación de la comunicación popular, en cualesquiera de sus manifestaciones y de sus prácticas.

Los últimos años han visto aparecer, como en corrientes subterráneas, formas diversas de análisis teóricos y de prácticas comunicativas populares, que tratan de enfrentarse a la comunicación dominante. No obstante, aún no se definen suficientemente, ni en la teoría ni en la práctica, la esencia, los objetivos y los mecanismos de la comunicación popular.

Resulta, pues, de suma importancia que en el Encuentro CONEICC '83 se prosiga por este camino de búsqueda -o por esta búsqueda de un nuevo camino- a fin de propiciar la confluencia de diferentes opiniones, experiencias y logros.

I. Algunas interrogantes sobre comunicación popular.

Desde las crisis cotidianas que permean nuestra existencia personal y colectiva, resulta angustioso constatar la urgencia de integrar-

solidariamente, y de comunicar entre sí, a las fuerzas que luchan, en múltiples formas, por acelerar la independencia y la liberación de -- nuestros pueblos.

Tal vez aquí pueda encontrarse la raíz de este proceso que se -- ha venido denominando comunicación popular.

Agregar el adjetivo "popular" al sustantivo "comunicación", implica, primero, que no se trata de una comunicación cualquiera. Entonces, ¿de cuál comunicación se habla? ¿Cuáles son los alcances y -- los límites de esta comunicación? ¿Cuáles son las diferencias o las -- semejanzas entre esta comunicación popular y la llamada comunicación- -- alternativa? Y, en la misma perspectiva, ¿cuáles son las diferencias y las semejanzas entre la comunicación popular y la denominada contra- -- información?

Quienes han optado por el análisis teórico o por la práctica de la comunicación popular, ¿han superado el discurso autoritario de muchos medios informativos de izquierda? ¿Han establecido enfoques comunicativos diferentes, contenidos temáticos diferentes, lenguajes diferentes, mecanismos o estrategias diferentes? En otras palabras, -- ¿han trascendido el esquema informativo autoritario que se origina en el poder y desde el poder, y que no tolera ni abre cauces a la participación activa y consciente, al diálogo, a la democratización y a un proceso de cambio social?

Ahora bien, si se ha optado por una comunicación popular, ¿qué alcances teóricos y prácticos se le da al concepto popular? ¿Es comunicación popular cualquier intento por llegar a los marginados, a los campesinos, a los obreros, a los artesanos..., a quéllos que se definen como integrantes de las clases populares? En otras palabras, -- ¿cuál es el pueblo al que se dirige la comunicación popular? ¿Desde-

qué perspectivas teóricas o ideológicas se define lo popular de este tipo de comunicación?

Reflexionar sobre éstas - y otras muchas - interrogantes es el objetivo que se enmarca en el análisis teórico que pretende el ENCUENTRO CONEICC '83. Tema, como puede verse, susceptible de ser discutido, confrontado y debatido en el marco de un diálogo que puede ser fecundo.

## II. Experiencias en Comunicación popular.

Muchos esfuerzos de establecer lazos o de abrir nuevos canales de comunicación entre el pueblo y con el pueblo, quedan en el olvido o se ignoran absolutamente, porque los grandes medios no les dan cabida.

El ENCUENTRO CONEICC '83 pretende abrirse a cualquier experiencia en la que los sectores populares sean participantes activos de programas diversos en los que se utilicen diversos "medios", como historietas, audiovisuales, cine, video-cassettes, boletines, periódicos murales, cassette-foros, diaporamas, etc., etc.

Para poder enmarcar esas experiencias desde una misma perspectiva, creemos conveniente plantear las siguientes interrogantes:

- \* ¿Cómo puede describirse esta experiencia? ¿Cuándo se inició?  
¿ Por qué? ¿A quiénes se dirige?
- \* ¿Cuáles son sus objetivos? ¿Han cambiado? ¿Permanecen los mismos del comienzo?
- \* ¿Cuenta con alguna fundamentación teórica? ¿Cuál?
- \* ¿Existió (o existe) alguna confrontación entre teoría práctica?

- \* ¿Qué medios comunicacionales se han probado? ¿Cuáles son sus contenidos? ¿Qué resultados se han obtenido?
- \* ¿Se ha evaluado la experiencia? ¿Cómo?

En pocas palabras, al escoger algunas experiencias en el campo de la comunicación popular, como teatro, radio, cine, video-cassettes, etc., se pretende que éstas sean descritas y explicadas suficientemente, en tal forma que quede claro:

- 1º Origen y evolución de la experiencia.
- 2º Objetivos (directos o indirectos)
- 3º Medios utilizados para lograr esos objetivos.
- 4º Evaluación: objetivos vs. resultados.
- 5º Conclusiones.

### III. Comunicación popular e industrias culturales.

No sin razón las llamadas industrias culturales se ven siempre con sospecha, si no con exacerbación crítica. Pero cualquiera que sea el punto de vista de quienes las analizan, lo cierto es que los productos de dichas industrias están ahí... Y en ocasiones han logrado crear figuras míticas que superan con mucho a los héroes o a los santos. Kalimán o La Familia Burrón, La mujer maravilla o Gabriel y Gabriela, Luke Skywalker o Supermán, están en el mercado para comprobarlo. Si a esto agregamos ya no la multiplicidad de revistas o historietas, sino además la presencia de las industrias culturales en todos los medios masivos, es justo hacernos algunas reflexiones:

- \* ¿En qué medida los productos de las industrias culturales inciden en la cultura popular?
- \* ¿En qué forma interactúan los dos elementos de este análisis:

por una parte, las culturas populares; y por otra, las indus  
trias culturales?

- \* ¿De qué depende el éxito de mercado que tienen muchos de es-  
tos "productos culturales" presentados a través de radio, ci-  
ne, prensa y/o televisión?
- \* ¿Existe alguna evaluación seria de cómo las industrias cultu  
rales van transformando a las culturas populares?
- \* ¿Existe, pues, algún análisis sobre el impacto real en la --  
cultura de masas, producido por las industrias culturales na  
cionales y transnacionales?
- \* ¿En qué medida la comunicación alternativa se presta como u-  
na opción realista frente a los mensajes de las industrias -  
culturales y transnacionales?

Estas - y otras muchas - interrogantes surgen al reflexionar so-  
bre el tema que ahora nos ocupa para el ENCUENTRO CONEICC '83 y que -  
esperamos sean respondidas y debatidas ampliamente.

#### CONCLUSION

En consecuencia, el ENCUENTRO CONEICC '83 busca abrir un espa--  
cio de discusión en torno a las perspectivas teóricas actuales de la-  
comunicación popular, a experiencias evaluadas de comunicación popu--  
lar llevadas a cabo en México, y a las posibles relaciones entre comu  
nicación popular e industrias culturales.

Las interrogantes aquí planteadas no agotan la amplia gama de --  
cuestiones relacionadas con la comunicación popular, pero responde a

éestas - o a otras muchas - preguntas es indispensable para la comprensión de los fenómenos comunicativos.

Por nuestra parte, esperamos que el ENCUENTRO CONEICC '83 constituya un espacio de intercambio, discusión y diálogo, que permita vislumbrar caminos para encontrar las respuestas.

EL COMITE ORGANIZADOR.

Centro de Estudios Superiores de Oaxaca  
ENEP - Acatlán

- UNAM - Xochimilco
- UNIVA - Guadalajara
- ITESO
- Univ. Latinoamericana
- Univ. Intercultural
- Univ. Anahuac
- Escuela de Econ. Social de Puebla
- ~~Fundación ITESM~~ (Tec. Monterrey)
- IBERO - Morelia
- IBERO - Laguna
- IBERO - León
- Univ. Regiomontana
- ~~Univ. de Monterrey~~
- UNAM
- Escuela Libres de la Com. U.A.C.
- Univ. del Noroeste de Toluca
- Univ. del Valle de Bravo
- Escuela de Periodismo (Colles)
- Septien García
- ISCYTAC
- U. de las Américas
- U. del Tepeyac
- U. Veracruzana

**Fundación  
Konrad  
Adenauer**

 Instituto de  
Solidaridad Internacional

Lima, 15 de febrero de 1984.

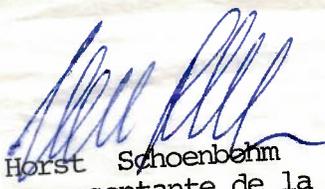
TED-9340/84

Señora Lic.  
Cristina Romo de Rosell  
I T E S O  
Av. Niños Héroeos Nr. 1342-8  
Guadalajara, Jalisco C.P. 44100  
MEXICO.

Estimada Cristina:

Cumplo con informarte que los comprobantes que me enviastes correspondientes al Seminario de México no son legibles. Te ruego me envíes a la brevedad posible dichos documentos, ya sea los originales o copias que puedan entenderse.

Sin otro particular y esperando el pronto envío recibe mi saludo afectuoso,

  
Horst Schoenbein  
Representante de la Fundación  
Konrad Adenauer.

HS:erch







□ GADC  
F/ X COBRAR  
AJUSTES  
CORRECCIONES.  
VARIOS  
PAGOS X CTA: HUI  
TR. DEBITO  
TR. CREDITO

874

Nº

NOMBRE *ISCYTAC*

FECHA *13 NOV. 83*

CUARTO

*EVENTOS VARIOS*

NO ESCRIBA EN ESTE ESPACIO

*C.C. ISCYTAC*

*ATN. LIC. NYDIA MEXEN.*

*23962-90-0114*

*71-578*

*17/11/83*

*213,962.50*

AUTORIZADO POR

FIRMA



COMEDOR

BLVD. MIGUEL ALEMAN S/N  
CIUDAD LERDO DURANGO

FOLIO  
No 47782

REG. FED CAUS. IVJ - 791228 - 001 CAM. NAL DE COM 145

MESA	MESERO	PERSONAS	CUARTO	FECHA
24	20	2		12-11-83

				.02 ABIC
				500.00 A.VR
				75.00 IVA
20	12/11/83			575.00 TOTL
00	TOTL	8:00 AM		575.00 TSER
				575.00 S.A.
2	12/11/83			575.00 TOTL
00	TOTL	9:00 AM		575.00 CRED

POR FAVOR ESCRIBA CON LETRA CLARA - PLEASE WRITE LEGIBLY

NOMBRE NAME Host S. Schepelshin CUARTO ROOM 506  
 FIRMA SIGNATURE [Signature]

# CONTRA RECIBO

NUMERO

RECIBO

*Villa Jordán*

LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS A REVISION

NUMERO	IMPORTE	OBSERVACIONES O PAGOS A CTA	
		FECHA	IMPORTE
874	213,962.50		
3001. Gtos Admon			
13 - Eventos Culturales			
1102 Banco.			

\$ 213,962.50

2064

*[Signature]*  
 FIRMA  
 15 nov 1983

SELLO  
**ISCYTAC**  
 Instituto Superior de Ciencia y Tecnología, A. C.

DIAS DE REVISION →	L	M	M	J	V	S.
DIAS DE PAGO →						

CANARIO → PROVEEDOR  
 BLANCA → ANEXAR A FACT ORIGINAL

\* MARCA REG

# CONTRA RECIBO

NUMERO

RECIBIMOS DE

Villa Jardin

NUMERO	IMPORTE	LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS A REVISION	
		FECHA	IMPORTE
274	213962.50		

\$ 213962.50

2064

*[Signature]*  
FIRMA

15 NOV 1983

L	M	M	J	V	S
					X

DIAS DE REVISION →

DIAS DE PAGO →

**ISCYTAC**  
Instituto Superior de Ciencia y Tecnología, A. C.

CANARIO → PROVEEDOR  
BLANCA → ANEXAR A FACT ORIGINAL

\* MARCA REG

06 HORT. SCHOENBOOM. (1) \$ 1,750.00

10-83  
13-83  
RECIBO P/CDE

CONTINUED FROM

24613

FOLIO FACTURA No

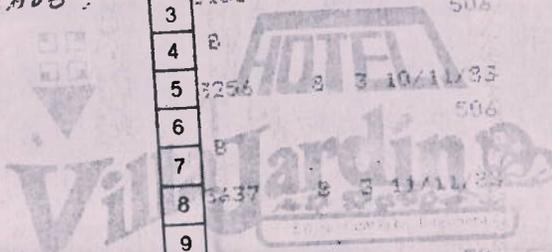
TARJETA No

JEFE DE TURNO

EDO. DE CUENTA

REG. FED. CAUS. IVJ-791228-001 CAM. NAL. DE COM. 145

BALANCE FORWARD	1		506	NO PREL
* DEP. & RESERV. APLICADO.	2			2750.00-TRCF
	3	1108	2 2 10/11/83	2750.00-TOTL
	4		506	2750.00-CDFU
	5	3256	2 3 10/11/83	1750.00-RODR
	6		506	262.50-BAL
	7			747.50-TOTL
	8	3637	2 3 11/11/83	747.50-CDFU
	9		506	1750.00-RODR
	10			262.50-BAL
	11			1245.00-TOTL
	12		506	1245.00-PRBL
	13			375.00-PRBL
	14			1640.00-TOTL
	15			
	16			
	17			
	18			
	19			
	20			
	21			
	22			
	23			
	24			
	25			
	26			
	27			
	28			
	29			
	30			



CD. L. DURANGO, MEXICO  
Blvd. Mi Alemán s/n, Tel: 4-7895

OK  
LIC. NAVA

DEJO SU LLAVE ?  
HAVE YOU LEFT YOUR KEY ?

SERVACIONES MARKS

DEBO Y PAGARE A INMOBILIARIA VILLA JARDIN, S. A. A LA VISTA EN ESTA PLAZA LA CANTIDAD DE \$  
REGARDLESS OF CHARGE INSTRUCTIONS, THE UNDERSIGNED GUEST AKNOWLEDGES THE ABOVE AS A PERSONAL INDEBTEDNESS.

FIRMA GUEST'S SIGNATURE

*[Handwritten Signature]*

NOMBRE NAME

DIRECCION ADDRESS

CIUDAD CITY

EDO STATE

ENTA PTO

TOTAL

ISCYTAC-CIENCIAS DE LA INFORMACION  
 10 NOV 83 CUANTA MAESTRA# 2001  
 CENTRO DE ESCUELAS DE LA  
 COMUNICACION - "C. O. N. E. I. C."  
 R./ LIC. NYDIA MEXEN  
 P./ FIRMARA CUENTA AL COBRO  
 SALON ENBAJADOR Y PRADERA  
 RENTA: DE CORTESIA.-

CONTINUED FROM

24557

FOLIO FACTURA No

TARJETA No

JEFE DE TURNO

REG. FED. CAUS. IVJ - 791228 - 001 CAM. NAL. DE COM. 145

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	BALANCE FORWARD	1																											
2		2																											
3		3	3069	8	2	10/11/83																							
4		4					2001																						
5		5																											
6		6	3076	8	2	10/11/83																							
7		7					2001																						
8		8	3116	8	2	10/11/83																							
9		9					2001																						
10		10	3296	8	3	10/11/83																							
11		11					2001																						
12		12	3370	8	1	11/11/83																							
13		13					2001																						
14		14	3416	8	1	11/11/83																							
15		15					2001																						
16		16	3440	8	2	11/11/83																							
17		17					2001																						
18		18	3474	8	2	11/11/83																							
19		19					2001																						
20		20																											
21		21	3459	8	3	11/11/83																							
22		22					2001																						
23		23	3738	8	1	12/11/83																							
24		24					2001																						
25		25	3743	8	1	12/11/83																							
26		26					2001																						
27		27																											
28		28	3807	8	2	12/11/83																							
29		29					2001																						
30		30																											

OBSERVACIONES  
REMARKS

DEBO PAGARE A INMOBILIARIA VILLA JARDIN, S. A. A LA VISTA  
 EN ESTA PLAZA LA CANTIDAD DE \$ 212,122.00  
 REGARDLESS OF CHARGE INSTRUCTIONS. THE UNDERSIGNED  
 GUEST AKNOWLEDGES THE ABOVE AS A PERSONAL  
 INDEBTEDNESS.

FIRMA  
GUEST'S SIGNATURE

NOMBRE  
NAME

DIRECCION  
ADDRESS

CIUDAD  
CITY

EDO  
STATE

CUENTA

IMPPTO

TOTAL

ANALISIS

ISCYTAC - CIENCIAS DE LA INFORMACION  
 10 NOV. 83 CUENTA MAESTRA 2001  
 ENCUESTA DEL ESCUELA DE LA COMUNICACION - C.N.E.I.C.  
 R/ LIC. NYDIA MEXEN  
 P/ FIRMANDO CUENTA AL COBRO  
 SALON EBAJADOR Y PRADERA  
 RENTA DE CORTESIA.

CONTINUED FROM

24557 .

FOLIO FACTURA No

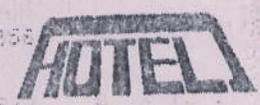
TARJETA No

JEFE DE TURNO

CONTINUACION

REG. FED. CAUS. IVJ - 791228 - 001 CAM. NAL. DE COM. 145

1	BALANCE FORWARD	1	231	8. 2 12/11/83	212122.00	TOTL
2		2		2001	212122.00	PPRL
3		3			1246.00	TRDE
4		4	858		212122.00	TOTL
5		5			212122.00	PPRL
6		6			1246.00	TRDE
7		7			212122.00	TOTL
8		8			212122.00	PPRL
9		9			1246.00	TRDE
10		10			212122.00	TOTL



CD. LEÓN, DURANGO, MEXICO

Blvd. Mi Alemán s/n, Tel.: 4-70-25

¿DEJO LA SU LLAVE?  
 HAVE YOU LEFT YOUR KEY?

SERVACIONES MARKS

DEBO Y PAGARE A INMOBILIARIA VILLA JARDIN, S. A. A LA VISTA EN ESTA PLAZA LA CANTIDAD DE \$ REGARDLESS OF CHARGE INSTRUCTIONS. THE UNDERSIGNED GUEST ACKNOWLEDGES THE ABOVE AS A PERSONAL INDEBTEDNESS.

FIRMA GUEST'S SIGNATURE

NOMBRE NAME

DIRECCION ADDRESS

CIUDAD CITY

EDO STATE

ANALISIS

NTA TO TOTAL

# Projonsa

PRODUCTOS JOYA DEL NORTE. S. A.

Bvda. M. Alemán y Conatán  
Teléfonos 2-06-41 y 2-79-69

Gómez Palacio, Durango

Apdos. Post. 207 y 218  
Parque Industrial

PJN-750926-001

FACTURA  
Nº 2342

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

DIA	M E S	A N O	PEDIDO NUM	REMISION NUM	O DE T NUM
19	SEPTIEMBRE	1983			

CANT.	DESCRIPCION	P. U.	\$	IMPORTE
300	CAFETES		18.00	\$ 5,400.00
			I.V.A.	\$ 810.00
				\$ 6,210.00
				TOTAL

SON: SEIS MIL DOCIENTOS DIEZ PESOS 00/100 M. N. --

ORIGINAL



# IMPRENTA MAYAGOITIA, S.A.

Múzquiz 184 Nte.

Teléfono 2-08-45

2-33-44

Nombre  
CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGA

Dirección  
CION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

FACTURA **11494**

Torreón, Coah. 15 / Sep / ' 83  
Día / Mes / Año

ORDEN No.

CANTIDAD	CONCEPTO	IMPORTE
500	CARPETAS * 2o. ENCUENTRO CONEICC *	25,000.00
2,000	PROGRAMAS " " " *	29,000.00
500	GAFETS * " " *	1,250.00
		<b>55,250.00</b>
SON: ( SESENTA Y TRES MIL QUINIENTOS TREINTA Y SIETE PESOS 50/100 M.N. ).		
		15 % I.V.A. 8,287.50
		<b>TOTAL 63,537.50</b>

Condiciones de pago

# Projonsa

PRODUCTOS JOYA DEL NORTE. S. A.

Bld. 11 Alemán y Canatlán  
Teléfonos 2-08-41 y 2-79-69

Gómez Palacio, Durango

Apdos Post 207 y 218  
Parque Industrial

PJN-750926-601

FACTURA  
Nº 2385

ISCYTAC

DIA	M E S	A N O	PEIDIO NUM	REMISION NUM	O DE T NUM
5	NOVIEMBRE	1983			

CANT.	DESCRIPCION	IMPORTE
100	GAFETES P. U. 18.00	\$ 1,800.00
	I.V.A.	\$ 270.00
		\$ 2,070.00

*Conice  
100 gafetes mas.*

*Uso*  


SON: DOS MIL SETENTA PESOS 00/1000 M. N. --

TOTAL

ORIGINAL

instituto nacional de bellas artes - secretaria de educación pública



CASA DE LA CULTURA DE GÓMEZ PALACIO



lisboa y londrés, colonia campestre. telf. 4-03-16 y 4-07-11 gómez palacio, dgo.

POR: \$ 27,000.00

R E C I B I M O S: de ISCYTAC, la cantidad de: - - - -  
\$ 27,000.00 (VEINTISIETE MIL PESOS 00/100 M. N.), por  
- - - - - concepto de renta de la Sala de Conciertos, los días 11 y 12 del actual en que se efectuó el  
2do. Encuentro COMEICC.

Gómez Palacio, Dgo. noviembre 14 de 1983.

  
ERNESTINA GAMBOA ALMEIDA.  
DIRECTORA.

PODER EJECUTIVO  
SECRETARIA DE  
EDUCACION PUBLICA  
CASA DE LA CULTURA  
Gómez Palacio, Dgo.



## UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA

México, D.F. a 24 de enero de 1984

LIC. CRISTINA ROMO DE ROSELL  
PRESIDENTE DEL COMITE CORDINADOR DEL CONEICC  
AV. Niños Héroes 1342-8  
Guadalajara, Jal.

Muy estimada Cristina:

Te remito con ésta copias fotostáticas de los comprobantes de gastos enviados por el Lic. Nava, así como la liquidación respectiva. También anexo fotostáticas de la carta con que envié la Lima copias de los comprobantes mencionados (sin la liquidación), el 11 de enero.

Por otra parte, te informo que el contador Vallejo no se ha reportado conmigo, pese a los muchos recados que casi diario dejo en su despacho. La consecuencia de ello es que a la fecha no se haya practicado la auditoría que corresponde por el cambio de tesorero. Tampoco hemos entregado a Bety el nuevo libro de actas, que debe proporcionarnos el propio C.P. Vallejo.

Sin más por el momento, recibe mi cordial saludo.

A T E N T A M E N T E

LIC. CARLOS A. BONILLA G.



Lic. Carlos A. Bonilla G.

México, D.F., 11 de enero de 1984.

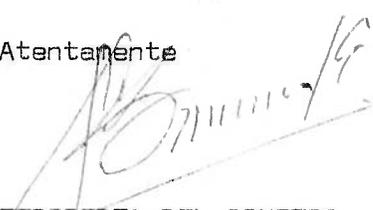
Sr. Horst Schoenbaum  
Fundación Konrad Adenauer  
Apartado 4951, Lima 18  
Miraflores, Perú

Muy estimado señor Schoenbaum:

Anexo a ésta comprobantes de gastos por \$325,693.00M.N. efectuados con motivo de la organización del II Encuentro CONEICC'83 , que se llevó a cabo en Gómez Palacio, en noviembre de 1983.

Reciba un cordial saludo.

Atentamente



TESORERIA DEL CONEICC

Poniente 81 No. 28, Depto. 2-B

Col. C.C.V.F.

01120 México, D.F.

Tel. 515-68-78.

c.c.p. Lic. Cristina Romo de Rosell, Presidente del CONEICC.

ISCYTAC

INSTITUTO SUPERIOR DE CIENCIA Y  
TECNOLOGIA DE LA LAGUNA, A. C.

HEROE DE NACCOZARI S/N. APARTADO POSTAL 226

TELEFONOS 4-26-33 Y 4-26-66

GOMEZ PALACIO, DGO.

LIQUIDACION DEL SEGUNDO ENCUENTRO CONEICC '83

INGRESOS

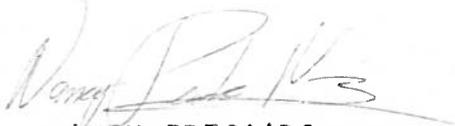
I.	Inscripciones en oficinas	\$ 128,565.00
II.	Inscripciones en el hotel sede	284,540.00
III.	Relación de Tesorería	<u>82,512.50</u>
	Total	495,617.50

EGRESOS

I.	Copias Xerox según notas 084, 085 y 8753	12,913.00
II.	Cofee break según factura 874 del Hotel Villa Jardín, por mayor cantidad relativa a la cuenta maestra No. 2001	147,725.00
III.	Renta local en la Casa de la Cultura de Gómez Palacio	27,000.00
IV.	400 gafetes según facturas 2342 y 2385	8,280.00
V.	Formas de inscripción	2,500.00
VI.	Gastos postales	2,000.00
VII.	Habitación del Sr. Hort Schoembohm	4,600.00
VIII.	Carpetas, programas y gafetes según factura No. 11494	<u>63,537.50</u>
	Total	268,555.50

Saldo a favor de CONEICC 227,062.00  
Suma remitida mediante nuestro giro del día 20 de diciembre a la cuenta 28-05644-8 llevada por Banco Internacional S.N.C. a - CONEICC.

Atentamente

  
NANCY PRECIADO



# IMPRENTA MAYAGOITIA, S.A.

Múzquiz 184 Nte.

Teléfono 2-08-45

2-33-44

Nombre  
CONSEJO NACIONAL PARA LA FORTALEZA Y LA EFECTIVIDAD

Dirección  
CIÓN DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

FACTURA? 114041

Torreón, Coah. 15 / Sep / 63  
Día / Mes / Año

ORDEN No.

CANTIDAD	CONCEPTO	IMPORTE
500	CARPETAS * 25. UNIDADES COMPLETAS *	25,000.00
2,000	PROGRAMAS " " " *	29,000.00
500	CAFETS * " " *	1,250.00
		<hr/>
		55,250.00
SON: ( SESENTA Y TRES MIL QUINIENTOS TREINTA Y SIETE PESOS 50/100 M.N.).		

Condiciones de pago

15 %	I.V.A.	8,297.50
	TOTAL	63,537.50





ELECTRICA

# Copias Montellano

Victoria 348 Norte  
Calle General Zaragoza 230

Nº 8753

Nombre L.S.C. Y TAC  
de ..... de 198...

R.F.C. GUEC 580615

Cant.	DESCRIPCION	Precio	Importe
12	Copias Fot tamaño Carta	137	1066 2
	Copias Fot tamaño Oficio		
	Enmicado		
	Heliográficas		
	Escrito		
	Legal		
	Encuadernado		
	TOTAL		1066 2

**UTILIZAMOS EQUIPO XEROX**

Más Impuesto



Nº

874

GADCO  
PAGOS X COBRAR  
AJUSTES  
CORRECCIONES  
VARIOS  
PAGOS X CTA: HUL  
TR. DEBITO  
TR. CREDITO

NOMBRE ISCYTAC-  
FECHA 13 NOV. 83 CUARTO EVENTOS VARIOS

NO ESCRIBA EN ESTE ESPACIO

Cxc: ISCYTAC			
ATN. LIC. NYDIA MEXEN.			
71-532	13/11/83		
		\$ 213 902	50

AUTORIZADO POR

FIRMA

COMISION - "C. O. N. E. I. G."  
 R. / LIC. NYDIA REVEN  
 P. / FIRMARA CUENTA AL COBRO  
 SALON EMBAJADOR Y PRADERA  
 RENTA: DE CORTESIA.-

FOLIO  
FACTURA No

TARJETA No

JEFE DE TURNO

AAA

REG. FED. CAUS. IVJ - 791228 - 001 CAM. NAL. DE COM. 145

1	BALANCE FORWARD	1			
2		2		2001	100.00 PREL
3		3	3069	8 2 10/11/83	3020.00 REST
4		4			3020.00 TOTAL
5		5		2001	1000.00 PREL
6		6	3076	8 2 10/11/83	2000.00 REST
7		7			3000.00 TOTAL
8		8	3116	8 2 10/11/83	2000.00 PREL
9		9			2000.00 REST
10		10	3196	8 2 10/11/83	2000.00 TOTAL
11		11			2000.00 PREL
12		12	3270	8 1 11/11/83	2000.00 REST
13		13			2000.00 TOTAL
14		14	3416	8 1 11/11/83	2000.00 PREL
15		15			2000.00 REST
16		16	3440	8 2 11/11/83	2000.00 TOTAL
17		17			2000.00 PREL
18		18	3474	8 2 11/11/83	2000.00 REST
19		19			2000.00 TOTAL
20		20			2000.00 PREL
21		21	3559	8 3 11/11/83	2000.00 REST
22		22			2000.00 TOTAL
23		23	3732	8 1 12/11/83	2000.00 PREL
24		24			2000.00 REST
25		25	3743	8 1 12/11/83	2000.00 TOTAL
26		26			2000.00 PREL
27		27	3802	8 2 12/11/83	2000.00 REST
28		28			2000.00 TOTAL
29		29			2000.00 PREL
30		30			2000.00 REST

OBSERVACIONES  
REMARKS

DEBE PAGARE ANIMOBILIARIA VILLA JARDIN, S. A. A LA VISTA.  
 EN ESTA PLAZA LA CANTIDAD DE \$ 342,732.00  
 REGARDLESS OF CHARGE INSTRUCTIONS, THE UNDERSIGNED  
 GUEST ACKNOWLEDGES THE ABOVE AS A PERSONAL  
 INDEBTEDNESS.

FIRMA  
GUEST'S SIGNATURE

NOMBRE  
NAME

DIRECCION  
ADDRESS

CIUDAD  
CITY

EDO.  
STATE

ANALISIS

CUENTA

IMPITO

TOTAL

ISCIATAC- CUENTAS DE LA INFORMACION  
 10 NOV. 82 CUENTA MAESTRA 2001  
 ENCENTRO NAL? ESCUELA DE LA COMUNICACION - C.N.E.I.C.  
 R/ LIC. NYDIA MEXEN  
 F/ FIRMANDO CUENTA AL COBRO  
 SALON EBAJADOR Y PRADERA  
 RENTA DE CORTESIA.

CONTINUED FROM  
 24557 .  
 FOLIO FACTURA No  
 TARJETA No  
 JEFE DE TURNO

CONTINUACION

REG. FED. CAUB. IVJ-791228-001 CAM. NAL DE COM. 143

1	BALANCE FORWARD	1	
2		2	
3		3	
4		4	
5		5	
6		6	
7		7	
8		8	
9		9	
0		10	
1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
0		20	
1		21	
2		22	
3		23	
4		24	
5		25	
6		26	
7		27	
8		28	
9		29	
0		30	

CAC



CD. LEÓN, DURANGO, MEXICO

Rvd. M. Alemán s/n, Tel.: 4-70-26

DEJO SU LLAVE ?  
 HAVE YOU LEFT YOUR KEY ?

RESERVACIONES REMARKS	DEBO Y PAGARE A INMOBILIARIA VILLA JARDIN, S. A. A LA VISTA EN ESTA PLAZA LA CANTIDAD DE \$ REGARDLESS OF CHARGE INSTRUCTIONS. THE UNDERSIGNED GUEST ACKNOWLEDGES THE ABOVE AS A PERSONAL INDEBTEDNESS.	
	FIRMA GUEST'S SIGNATURE	
	NOMBRE NAME	
	DIRECCION ADDRESS	
PTO	TOTAL	EDO STATE



instituto nacional de bellas artes - secretaria de educación pública

CASA DE LA CULTURA DE GÓMEZ PALACIO



lisboa y londrés, colonia campestre. telfs. 4-03-16 y 4-07-11 gómez palacio, dgo.

POR: \$ 27,000.00

R E C I B I M O S: de ISCYTAC, la cantidad de: - - - -  
\$ 27,000.00 (VEINTISIETE MIL PESOS 00/100 M. N.), por  
- - - - - concepto de renta de la Sala de Conciertos,  
los días 11 y 12 del actual en que se efectuó el  
2do. Encuentro COMEICC.

Gómez Palacio, Dgo. noviembre 14 de 1983.

  
ERNESTINA GAMBOA ALMEIDA.  
DIRECTORA.

PODER EJECUTIVO  
SECRETARIA  
DE  
EDUCACION PUBLICA  
CASA DE LA CULTURA  
Gómez Palacio, Dgo.

# Protonisa

**PRODUCTOS JOYA DEL NORTE, S. A.**

Bvtd. M. Alencán y Cenatlán  
Teléfono: s 2-08-41 y 2-79-69

Gómez Palacio, Durango

Apdos Post. 207 y 218  
Parque Industrial

PJN-750926-001

FACTURA
Nº 2342

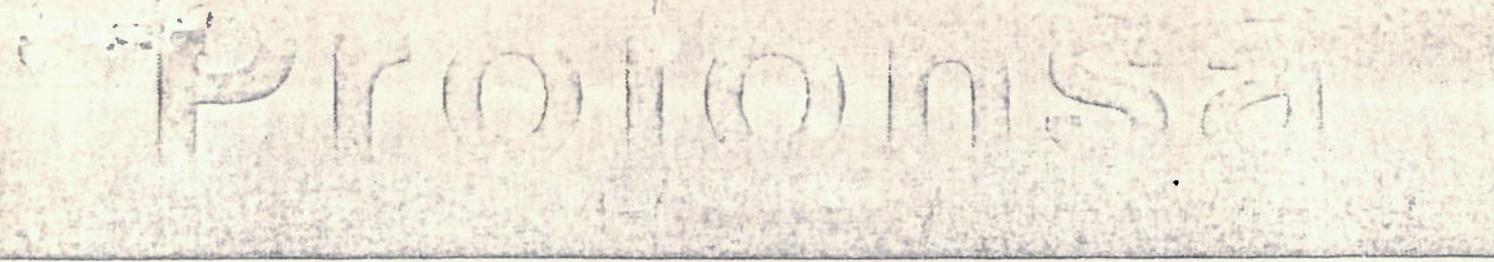
CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

D I A	M E S	A N O	PEDIDO NUM	REMISION NUM	O DE T NUM
19 /	SEPTIEMBRE	1983			

CANT.	DESCRIPCION	IMPORTE
300	GAFETES	
	P. U. \$ 18.00	\$ 5,400.00
	I.V.A.	\$ 810.00
		\$ 6,210.00
( ) TOTAL		

SON: SEIS MIL DOCIENTOS DIEZ PESOS 00/100 M. N. --

**ORIGINAL**



PRODUCTOS JOYA DEL NORTE. S. A.

Bvd. M. Alemán y Conalán  
Teléfonos 2-00-41 y 2-79-69

Gómez Palacio, Durango

Apdos. Post. 207 y 218  
Parque Industrial

PJN-750926-001

FACTURA  
Nº 2385

ISCYTAC

DIA	MES	AÑO	RECIBO NUM	REMISION NUM	C. DE T. NUM
5	NOVIEMBRE	1983			

CANT.	DESCRIPCION	IMPORTE
100	GAFETES F. U. \$ 18.00	\$ 1,800.00
	I.V.A.	\$ 270.00
		\$ 2,070.00
<p><i>Condic. 100 gafetes mas.</i></p> <p><i>Uso</i></p>		
<p>SLR: DOS MIL SETENTA PESOS 00/100 P. N. .-</p>		
		TOTAL

ORIGINAL

**EDO. DE CUENTA**

REG. FED. CAUS. IVJ-791228-001 CAM. NAL. DE COM. 145

BALANCE FORWARD	1		300		
* DER. y RESERV. APLICADO	2				
	3	3108	2	10/11/83	2760.00 BAL
	4				2760.00 BAL
	5	3258	3	10/11/83	2760.00 BAL
	6				2760.00 BAL
	7				2760.00 BAL
	8	3437	5	11/11/83	2760.00 BAL
	9				2760.00 BAL
	10				2760.00 BAL
	11	3713	8	12/11/83	2760.00 BAL
	12				2760.00 BAL
	13	3857	8	12/11/83	2760.00 BAL
	14				2760.00 BAL
	15				2760.00 BAL
	16				2760.00 BAL
	17				2760.00 BAL
	18				2760.00 BAL
	19				2760.00 BAL
	20				2760.00 BAL
	21				2760.00 BAL
	22				2760.00 BAL
	23				2760.00 BAL
	24				2760.00 BAL
	25				2760.00 BAL
	26				2760.00 BAL
	27				2760.00 BAL
	28				2760.00 BAL
	29				2760.00 BAL
	30				2760.00 BAL

OK  
 LIC. NAVA

DEJO SU LLAVE?  
 HAVE YOU LEFT YOUR KEY?

RESERVACIONES / MARKS

DEBO Y PAGARE A INMOBILIARIA VILLA JARDIN, S. A. A LA VISTA EN ESTA PLAZA LA CANTIDAD DE \$  
 REGARDLESS OF CHARGE INSTRUCTIONS, THE UNDERSIGNED GUEST ACKNOWLEDGES THE ABOVE AS A PERSONAL INDEBTEDNESS

FIRMA / GUEST'S SIGNATURE

NOMBRE / NAME

DIRECCION / ADDRESS

CIUDAD / CITY

EDO. / STATE

ANALISIS

VENTA

PTO TOTAL



COMEDOR

BLVD. MIGUEL ALEMAN S/N  
CIUDAD LERDO DURANGO

FOLIO  
No 47782

REG FED CAUS IVJ-791226-001 CAM NAL DE COM 145

MESA	MESERO	PERSONAS	CUARTO	FECHA
24	20	2		12-11-83

.02 ABEC  
500.00 A. VR  
75.00 IVA  
20 12/11/83 575.00 TOTL  
00 TOTL 8:00 AM 575.00 TSER

175.00 S.A.  
2 12/11/83 575.00 TOTL  
00 TOTL 9:00 AM 575.00 CRED

POR FAVOR ESCRIBA CON LETRA CLARA - PLEASE WRITE LEGIBLY

NOMBRE NAME Hest E. Serrano CUARTO ROOM 506  
FIRMA SIGNATURE [Signature]

, a 8 de noviembre de 1983.

0777

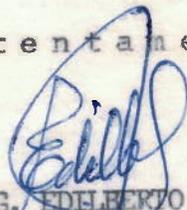
COMITE ORGANIZADOR DE  
Encuentro CONEICC 83.  
P R E S E N T E.-

Atrí. Lic. Guillermo Michel

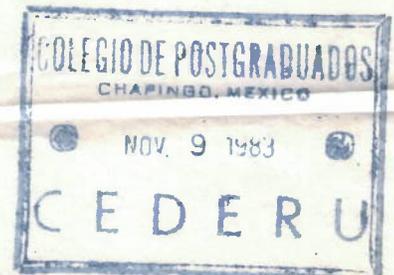
Me es grato presentar a sus finas atenciones al SR. PROFR. FRANCIS-  
CO MORENO JARAMILLO, Jefe de la Unidad de Uso y Producción de Me --  
dios de Comunicación Educativa de este Centro quien asistirá en mi  
nombre y representación al Encuentro CONEICC '83 de Gómez Palacio,  
Dgo. a fin de que tome parte en las actividades que de acuerdo con  
la agenda se han programado para los días 11 y 12 de los corrientes.

Sin otro particular manifiesto a ustedes las seguridades de mi más  
atenta y distinguida consideración.

Atentamente

  
ING. EDELBERTO NIÑO V.  
Director  
Centro de Estudios del  
Desarrollo Rural, C.P.

ENV\*FMJ\*gam



Guadalajara, Jal., Noviembre 22 de 1983.

Sr. Horst Schonbohm  
FKA  
Apartado 4951  
Miraflores  
Lima 18, Perú

Muy estimado Horst:

Quiero por este medio agradecer de la manera más atenta, a la Fundación Konrad Adenauer el generoso apoyo que nos otorgó para la realización del 2o. Encuentro CONEICC.

Para el CONEICC es un orgullo saber que se le reconoce como institución organizada, empeñada en mejorar la enseñanza de la comunicación en México, sobre todo en estos momentos en que hace falta que los comunicadores sean más concientes de las necesidades del país.

Calculamos que en unos tres meses más tendremos ya la memoria del Encuentro y esperamos que pueda ser difundida ampliamente.

Tendremos pronto una reunión del Comité Coordinador para plnear los proyectos del próximo año, ya te los daremos a conocer.

Muchas gracias otra vez, sobre todo por tu presencia. Ojalá la próxima vez puedas estar más tiempo.

Recibe el reconocimiento del CONEICC y el mio propio.

Cordialmente

  
Lic. Cristina Romo de Rosell  
Presidenta

Por medio de la presente, estamos informando los horarios para las actividades del 2º Encuentro CONEICC'83.

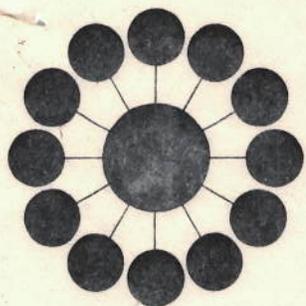
Viernes 11 de 9:00 a 13:00 hrs., con descanso de 30 min., a las -  
11:00 hrs.  
de 16:00 a 20:00 hrs., con descanso de 30 min., a las -  
18:00 hrs.  
21:00 hrs., Cocktail de Bienvenida en los jardines del  
Hotel sede.

Sábado 12 de 9:00 a 13:00 hrs., con descanso de 30 min., a las -  
11:00 hrs.  
de 16:00 a 20:00 hrs., con descanso de 30 min., a las -  
18:00 hrs.  
21:30 hrs., Cena de Clausura.

**ESCUELA DE CIENCIAS  
DE LA INFORMACION  
ISCYTAC  
INSTITUTO SUPERIOR DE  
CIENCIA Y TECNOLOGIA, A.C.  
Gómez Relacio, Dgo.**

A t e n t a m e n t e,

Comité Organizador.



## CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

COMITE COORDINADOR

INAUGURACION 2o. ENCUENTRO CONEICC

11 noviembre 1983.

Cristina Romo de Rosell

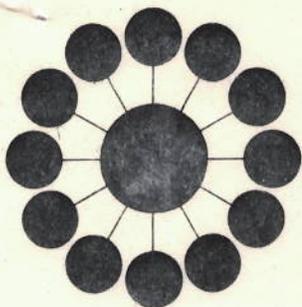
Es para mi un gusto participar en la ceremonia de apertura de este Segundo Encuentro CONEICC. Todos sabemos el trabajo de preparación, organización, promoción, selección de trabajos que una reunión nacional, como esta, implica.

Generalmente, los discursos de inauguración terminan haciendo los agradecimientos, eso es una forma establecida que le ha restado significación al noble sentimiento de la gratitud.

Por eso, en esta ocasión, quiero voltear los papeles y empezar por agradecer. Quiero hacer público reconocimiento a nuestros anfitriones, los colegas del ISCYTAC, que no solamente aceptaron la enorme carga de trabajo que ha sido la organización de este Encuentro, sino que lo han hecho con eficiencia y generosidad, como es costumbre en La Laguna.

Al Comité de Investigación del CONEICC que superando las dificultades que acarrea el trabajo repartido a través de toda la nación ha podido coordinar, en un objetivo común, la parte académica del Encuentro, nuestro reconocimiento y agradecimiento.

El trabajo del CONEICC ha traspasado las fronteras de México y en América Latina se le distingue como una asociación organizada, independiente y clara en sus objetivos. Por eso, la solicitud que hicimos a la Fundación Konrad Adenauer, a través de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación, FELAFACS, tuvo una respuesta favorable. Quiero, en este momento manifestar en nombre del CONEICC y del mío pro-



## CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

COMITE COORDINADOR

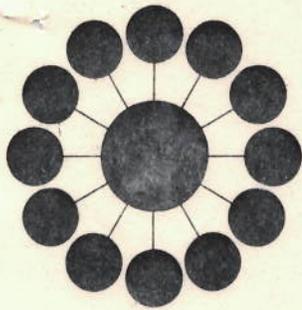
- 2 -

pio, nuestra más sincera gratitud, al buen amigo Horst Shoembohn, aquí presente, (por el respaldo desinteresado y generoso que nos ha proporcionado la Fundación.

A todos ustedes, profesores, estudiantes, investigadores, funcionarios, amigos, gracias por permitir que se abra un espacio en el que abordaremos un asunto, que a algunos apasiona, a otros enfrenta, pero ciertamente a todos nos inquieta: La Comunicación Popular.

No voy a cometer el error de tratar de definir lo que entiendo por comunicación popular o comunicación alternativa, bastante ya se ha escrito y como dice Fernando Reyes Mata, "sabe mos que hablar de comunicación alternativa es caminar por un terreno de definiciones parciales". Creo que la definición y lo que pudiera plantearse como una teoría para la comunicación popular, está en elaboración y la están haciendo aquellos, que directamente, en convivencia cotidiana, con los sectores populares, dedican toda su actividad a la comunicación. Es decir a la praxis que implica una reflexión constante entre la práctica propia y la teorización sobre la misma.

Pero al hablar de comunicación popular, no podemos mencionarla así nada más, como "convivencia cotidiana" entendida neutramente. Hablar de comunicación popular es hablar de un acompañamiento al pueblo en un proceso permanente de lucha. En palabras de alguien dedicado cien por ciento a estos quehaceres durante años, "se hace necesario dejar las posiciones románticas de la comunicación popular, que dan lugar a dos prácticas nefastas e inútiles, desde la perspectiva de la lucha del pueblo: el populismo y el inte



CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

COMITE COORDINADOR

- 3 -

lectualismo (tal vez habría que agregar una tercera: el mesianismo y, una cuarta: el ingenuismo) y en vez de ello dedicarse a luchar junto al pueblo".

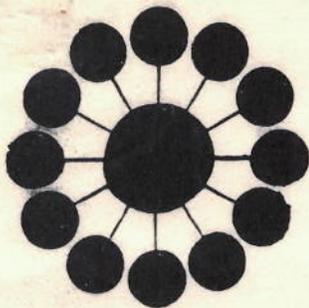
Creo que es una gran tentación para los intelectuales, para los universitarios, más empeñados en las teorías que en la praxis, hablar y hablar sobre lo urgente y necesaria que es la comunicación con el pueblo y acabamos - cuando mucho - haciendo sólo una comunicación para el pueblo.

Me parece que este Encuentro es una gran oportunidad para todos de reflexionar sobre todo esto. Las preguntas planteadas en la convocatoria, y otras más que no se incorporaron, no serán resueltas y creo que no es la intención. Es importante plantearlas y continuar la reflexión. Faltarían todavía muchas preguntas más y ojalá, en vez de conclusiones, termináramos el Encuentro con una interminable lista de preguntas sobre la comunicación popular. Y dado que nuestro ámbito es el de la enseñanza de la comunicación, esa lista fuera acompañada de una serie de cuestionamientos hacia las escuelas, y su papel en esta sociedad tan injusta, que constantemente ayudamos a sostener.

Es también una oportunidad para que nos planteemos como escuelas de comunicación, la necesidad de preparar a nuestros estudiantes para ejercer de una manera diferente la profesión que han escogido.

Acepten por favor una segunda convocatoria. Los invito a que nuestro diálogo sea sincero, honesto y realista de manera que podamos encontrar, a través de él, nuestras posibilidades reales de trabajar en la comunicación popular.

Muchas gracias



**CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**COMITE COORDINADOR**

México, D. F., 2 de Agosto de 1983.

Lic. Cristina Romo de Rosell  
Santa María # 3089, Sector Hidalgo  
Col. San Lucas Vallarta  
44690, Guadalajara, Jalisco.

Muy estimada Cristina:

Te envío un juego de los documentos que estamos enviando a los diversos miembros del CONEICC en relación con el Encuentro CONEICC/83, y que contiene una carta de presentación, el documento base y la convocatoria.

Hemos enviado ya un juego similar a Raul Fuentes Navarro al ITESO. Esta copia es para ti en tu carácter de Presidenta del Consejo. Esperamos que sea también el tipo de material que sirva para los propósitos de la Fundación Konrad Adenauer. En caso de que para este propósito requieras de mayor información, llámanos para indicarnos lo que requieras (preferiblemente trata de localizar a Guillermo Michel).

Recibe un cariñoso saludo.

Josep Rota.

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ENCUENTRO CONEICC '83

Comité Organizador

Gómez Palacio, Dgo. Noviembre 11- 12, 1983.

SOBRE COMUNICACION POPULAR

- Documento Base -

Introducción

En una perspectiva de futuro, frente a un presente de dominación y de aislamiento social, el Encuentro CONEICC '83 pretende profundizar en el significado, análisis e interpretación de la comunicación popular, en cualesquiera de sus manifestaciones y de sus prácticas.

Los últimos años han visto aparecer, como en corrientes subterráneas, formas diversas de análisis teóricos y de prácticas comunicativas populares, que tratan de enfrentarse a la comunicación dominante.- No obstante, aún no se definen suficientemente, ni en la teoría ni en la práctica, la esencia, los objetivos y los mecanismos de la comunicación popular.

Resulta, pues, de suma importancia que en el Encuentro CONEICC '83 se prosiga por este camino de búsqueda -o por esta búsqueda de un nuevo camino- a fin de propiciar la confluencia de diferentes opiniones, experiencias y logros.

I. Algunas interrogantes sobre comunicación popular.

Desde las crisis cotidianas que permean nuestra existencia personal y colectiva, resulta angustioso constatar la urgencia de integrar-

solidariamente, y de comunicar entre sí, a las fuerzas que luchan, en múltiples formas, por acelerar la independencia y la liberación de -- nuestros pueblos.

Tal vez aquí pueda encontrarse la raíz de este proceso que se -- ha venido denominando comunicación popular.

Agregar el adjetivo "popular" al sustantivo "comunicación", implica, primero, que no se trata de una comunicación cualquiera. Entonces, ¿de cuál comunicación se habla? ¿Cuáles son los alcances y -- los límites de esta comunicación? ¿Cuáles son las diferencias o las -- semejanzas entre esta comunicación popular y la llamada comunicación -- alternativa? Y, en la misma perspectiva, ¿cuáles son las diferencias y las semejanzas entre la comunicación popular y la denominada contra -- información?

Quienes han optado por el análisis teórico o por la práctica de la comunicación popular, ¿han superado el discurso autoritario de muchos medios informativos de izquierda? ¿Han establecido enfoques comunicativos diferentes, contenidos temáticos diferentes, lenguajes diferentes, mecanismos o estrategias diferentes? En otras palabras, -- ¿han trascendido el esquema informativo autoritario que se origina en el poder y desde el poder, y que no tolera ni abre cauces a la participación activa y consciente, al diálogo, a la democratización y a un proceso de cambio social?

Ahora bien, si se ha optado por una comunicación popular, ¿qué alcances teóricos y prácticos se le da al concepto popular? ¿Es comunicación popular cualquier intento por llegar a los marginados, a los campesinos, a los obreros, a los artesanos..., a quéllos que se definen como integrantes de las clases populares? En otras palabras, -- ¿cuál es el pueblo al que se dirige la comunicación popular? ¿Desde-

qué perspectivas teóricas o ideológicas se define lo popular de este tipo de comunicación?

Reflexionar sobre éstas - y otras muchas - interrogantes es el objetivo que se enmarca en el análisis teórico que pretende el ENCUENTRO CONEICC '83. Tema, como puede verse, susceptible de ser discutido, confrontado y debatido en el marco de un diálogo que puede ser fecundo.

## II. Experiencias en Comunicación popular.

Muchos esfuerzos de establecer lazos o de abrir nuevos canales de comunicación entre el pueblo y con el pueblo, quedan en el olvido o se ignoran absolutamente, porque los grandes medios no les dan cabida.

El ENCUENTRO CONEICC '83 pretende abrirse a cualquier experiencia en la que los sectores populares sean participantes activos de programas diversos en los que se utilicen diversos "medios", como historietas, audiovisuales, cine, video-cassettes, boletines, periódicos murales, cassette-foros, diaporamas, etc., etc.

Para poder enmarcar esas experiencias desde una misma perspectiva, creemos conveniente plantear las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo puede describirse esta experiencia? ¿Cuándo se inició?  
¿ Por qué? ¿A quiénes se dirige?
- ¿Cuáles son sus objetivos? ¿Han cambiado? ¿Permanecen los mismos del comienzo?
- ¿Cuenta con alguna fundamentación teórica? ¿Cuál?
- ¿Existió (o existe) alguna confrontación entre teoría práctica?

- \* ¿Qué medios comunicacionales se han probado? ¿Cuáles son sus contenidos? ¿Qué resultados se han obtenido?
- \* ¿Se ha evaluado la experiencia? ¿Cómo?

En pocas palabras, al escoger algunas experiencias en el campo de la comunicación popular, como teatro, radio, cine, video-cassettes, etc., se pretende que éstas sean descritas y explicadas suficientemente, en tal forma que quede claro:

- 1º Origen y evolución de la experiencia.
- 2º Objetivos (directos o indirectos)
- 3º Medios utilizados para lograr esos objetivos.
- 4º Evaluación: objetivos vs. resultados.
- 5º Conclusiones.

### III. Comunicación popular e industrias culturales:

No sin razón las llamadas industrias culturales se ven siempre con sospecha, si no con exacerbación crítica. Pero cualquiera que sea el punto de vista de quienes las analizan, lo cierto es que los productos de dichas industrias están ahí... Y en ocasiones han logrado crear figuras míticas que superan con mucho a los héroes o a los santos. Kalimán o La Familia Burrón, La mujer maravilla o Gabriel y Gabriela, Luke Skywalker o Supermán, están en el mercado para comprobarlo. Si a esto agregamos ya no la multiplicidad de revistas o historietas, sino además la presencia de las industrias culturales en todos los medios masivos, es justo hacernos algunas reflexiones:

- \* ¿En qué medida los productos de las industrias culturales inciden en la cultura popular?
- \* ¿En qué forma interactúan los dos elementos de este análisis:

por una parte, las culturas populares; y por otra, las indus  
trias culturales?

- \* ¿De qué depende el éxito de mercado que tienen muchos de es-  
tos "productos culturales" presentados a través de radio, ci-  
ne, prensa y/o televisión?
- \* ¿Existe alguna evaluación seria de cómo las industrias cultu-  
rales van transformando a las culturas populares?
- \* ¿Existe, pues, algún análisis sobre el impacto real en la --  
cultura de masas, producido por las industrias culturales na  
cionales y transnacionales?
- \* ¿En qué medida la comunicación alternativa se presta como u-  
na opción realista frente a los mensajes de las industrias --  
culturales y transnacionales?

Estas -- y otras muchas -- interrogantes surgen al reflexionar so  
bre el tema que ahora nos ocupa para el ENCUENTRO CONEICC '83 y que --  
esperamos sean respondidas y debatidas ampliamente.

#### CONCLUSION

En consecuencia, el ENCUENTRO CONEICC '83 busca abrir un espa--  
cio de discusión en torno a las perspectivas teóricas actuales de la-  
comunicación popular, a experiencias evaluadas de comunicación popu--  
lar llevadas a cabo en México, y a las posibles relaciones entre comu  
nicación popular e industrias culturales.

Las interrogantes aquí planteadas no agotan la amplia gama de --  
cuestiones relacionadas con la comunicación popular, pero responder a

Éstas - o a otras muchas - preguntas es indispensable para la comprensión de los fenómenos comunicativos.

Por nuestra parte, esperamos que el ENCUENTRO CONEICC '83 constituya un espacio de intercambio, discusión y diálogo, que permita vislumbrar caminos para encontrar las respuestas.

EL COMITE ORGANIZADOR.

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ENCUENTRO CONEICC '83

Comité Organizador

Gómez Palacio, Dgo. Noviembre 11-- 12, 1983.

SOBRE COMUNICACION POPULAR

- Documento Base -

Introducción

En una perspectiva de futuro, frente a un presente de dominación y de aislamiento social, el Encuentro CONEICC '83 pretende profundizar en el significado, análisis e interpretación de la comunicación popular, en cualesquiera de sus manifestaciones y de sus prácticas.

Los últimos años han visto aparecer, como en corrientes subterráneas, formas diversas de análisis teóricos y de prácticas comunicativas populares, que tratan de enfrentarse a la comunicación dominante. No obstante, aún no se definen suficientemente, ni en la teoría ni en la práctica, la esencia, los objetivos y los mecanismos de la comunicación popular.

Resulta, pues, de suma importancia que en el Encuentro CONEICC '83 se prosiga por este camino de búsqueda -o por esta búsqueda de un nuevo camino- a fin de propiciar la confluencia de diferentes opiniones, experiencias y logros.

I. Algunas interrogantes sobre comunicación popular.

Desde las crisis cotidianas que permean nuestra existencia personal y colectiva, resulta angustioso constatar la urgencia de integrar-

solidariamente, y de comunicar entre sí, a las fuerzas que luchan, en múltiples formas, por acelerar la independencia y la liberación de -- nuestros pueblos.

Tal vez aquí pueda encontrarse la raíz de este proceso que se -- ha venido denominando comunicación popular.

Agregar el adjetivo "popular" al sustantivo "comunicación", implica, primero, que no se trata de una comunicación cualquiera. Entonces, ¿de cuál comunicación se habla? ¿Cuáles son los alcances y -- los límites de esta comunicación? ¿Cuáles son las diferencias o las semejanzas entre esta comunicación popular y la llamada comunicación-alternativa? Y, en la misma perspectiva, ¿cuáles son las diferencias y las semejanzas entre la comunicación popular y la denominada contra-  
información?

Quienes han optado por el análisis teórico o por la práctica de la comunicación popular, ¿han superado el discurso autoritario de muchos medios informativos de izquierda? ¿Han establecido enfoques comunicativos diferentes, contenidos temáticos diferentes, lenguajes diferentes, mecanismos o estrategias diferentes? En otras palabras, -- ¿han trascendido el esquema informativo autoritario que se origina en el poder y desde el poder, y que no tolera ni abre cauces a la participación activa y consciente, al diálogo, a la democratización y a un proceso de cambio social?

Ahora bien, si se ha optado por una comunicación popular, ¿qué alcances teóricos y prácticos se le da al concepto popular? ¿Es comunicación popular cualquier intento por llegar a los marginados, a los campesinos, a los obreros, a los artesanos..., a quéllos que se definen como integrantes de las clases populares? En otras palabras, -- ¿cuál es el pueblo al que se dirige la comunicación popular? ¿Desde-

qué perspectivas teóricas o ideológicas se define lo popular de este tipo de comunicación?

Reflexionar sobre éstas - y otras muchas - interrogantes es el objetivo que se enmarca en el análisis teórico que pretende el ENCUENTRO CONEICC '83. Tema, como puede verse, susceptible de ser discutido, confrontado y debatido en el marco de un diálogo que puede ser fecundo.

## II. Experiencias en Comunicación popular.

Muchos esfuerzos de establecer lazos o de abrir nuevos canales de comunicación entre el pueblo y con el pueblo, quedan en el olvido o se ignoran absolutamente, porque los grandes medios no les dan cabida.

El ENCUENTRO CONEICC '83 pretende abrirse a cualquier experiencia en la que los sectores populares sean participantes activos de programas diversos en los que se utilicen diversos "medios", como historietas, audiovisuales, cine, video-cassettes, boletines, periódicos murales, cassette-foros, diaporamas, etc., etc.

Para poder enmarcar esas experiencias desde una misma perspectiva, creemos conveniente plantear las siguientes interrogantes:

- \* ¿Cómo puede describirse esta experiencia? ¿Cuándo se inició?  
¿ Por qué? ¿A quiénes se dirige?
- \* ¿Cuáles son sus objetivos? ¿Han cambiado? ¿Permanecen los mismos del comienzo?
- \* ¿Cuenta con alguna fundamentación teórica? ¿Cuál?
- \* ¿Existió (o existe) alguna confrontación entre teoría práctica?

- \* ¿Qué medios comunicacionales se han probado? ¿Cuáles son sus contenidos? ¿Qué resultados se han obtenido?
- \* ¿Se ha evaluado la experiencia? ¿Cómo?

En pocas palabras, al escoger algunas experiencias en el campo de la comunicación popular, como teatro, radio, cine, video-cassettes, etc., se pretende que éstas sean descritas y explicadas suficientemente, en tal forma que quede claro:

- 1º Origen y evolución de la experiencia.
- 2º Objetivos (directos o indirectos)
- 3º Medios utilizados para lograr esos objetivos.
- 4º Evaluación: objetivos vs. resultados.
- 5º Conclusiones.

### III. Comunicación popular e industrias culturales.

No sin razón las llamadas industrias culturales se ven siempre con sospecha, si no con exacerbación crítica. Pero cualquiera que sea el punto de vista de quienes las analizan, lo cierto es que los productos de dichas industrias están ahí... Y en ocasiones han logrado crear figuras míticas que superan con mucho a los héroes o a los santos. Kalimán o La Familia Burrón, La mujer maravilla o Gabriel y Gabriela, Luke Skywalker o Supermán, están en el mercado para comprobarlo. Si a esto agregamos ya no la multiplicidad de revistas o historietas, sino además la presencia de las industrias culturales en todos los medios masivos, es justo hacernos algunas reflexiones:

- \* ¿En qué medida los productos de las industrias culturales inciden en la cultura popular?
- \* ¿En qué forma interactúan los dos elementos de este análisis:

por una parte, las culturas populares; y por otra, las indus-  
trias culturales?

- \* ¿De qué depende el éxito de mercado que tienen muchos de es-  
tos "productos culturales" presentados a través de radio, ci-  
ne, prensa y/o televisión?
- \* ¿Existe alguna evaluación seria de cómo las industrias cultu-  
rales van transformando a las culturas populares?
- \* ¿Existe, pues, algún análisis sobre el impacto real en la --  
cultura de masas, producido por las industrias culturales na-  
cionales y transnacionales?
- \* ¿En qué medida la comunicación alternativa se presta como u-  
na opción realista frente a los mensajes de las industrias -  
culturales y transnacionales?

Estas - y otras muchas - interrogantes surgen al reflexionar so-  
bre el tema que ahora nos ocupa para el ENCUENTRO CONEICC '83 y que -  
esperamos sean respondidas y debatidas ampliamente.

### CONCLUSION

En consecuencia, el ENCUENTRO CONEICC '83 busca abrir un espa--  
cio de discusión en torno a las perspectivas teóricas actuales de la-  
comunicación popular, a experiencias evaluadas de comunicación popu--  
lar llevadas a cabo en México, y a las posibles relaciones entre comu-  
nicación popular e industrias culturales.

Las interrogantes aquí planteadas no agotan la amplia gama de --  
cuestiones relacionadas con la comunicación popular, pero responder a

ésta - o a otras muchas - preguntas es indispensable para la comprensión de los fenómenos comunicativos.

Por nuestra parte, esperamos que el ENCUENTRO CONEICC '83 constituya un espacio de intercambio, discusión y diálogo, que permita vislumbrar caminos para encontrar las respuestas.

EL COMITE ORGANIZADOR.

ésta - o a otras muchas - preguntas es indispensable para la comprensión de los fenómenos comunicativos.

Por nuestra parte, esperamos que el ENCUENTRO CONEICC '83 constituya un espacio de intercambio, discusión y diálogo, que permita vislumbrar caminos para encontrar las respuestas.

EL COMITE ORGANIZADOR.