

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA E INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
(CONEICC)

CCC
AI
0258

Comité de Investigación

Acta de la Primera reunión del comité (1986-1988) celebrada los días 19 y 20 de Enero en la Universidad de Colima, en Colima, Col.

Asistentes

Fátima Fernández Ch., coordinadora del Comité; (UNAM)

Universidades:

- Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterres, campus León (ITESM-León) (Alejandro Ramírez);
- Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS), (José María Adame);
- Universidad del Tepeyac (Víctor M. Mendoza);
- Universidad de Las Américas, Puebla (UDLA-P) (Gabriel González M. y Jorge A. Calles);
- Universidad de Colima (Salvador Silva).

Centros:

- Instituto de Investigación de la Comunicación (Rubén Jara);
- Programa Cultura (Jorge A. González).

Desarrollo

Primer día (Ene 19)

La reunión se inició el día 19 en las instalaciones de la Universidad de Colima. La discusión del día se desarrolló de acuerdo a la agenda propuesta previamente. Los puntos tratados fueron:

- a) estado actual de la investigación en las universidades;
- b) por qué, para qué y cómo investigar desde la docencia;
- c) discusión sobre posibles proyectos de investigación que habría de fomentar el CONEICC.

1.- Por lo que se refiere al primer punto, las diferentes universidades y centros expusieron la situación por la que atraviesa la investigación de la comunicación en sus respectivos lugares.

Los elementos que destacaron de la discusión son los siguientes:

a) son los centros y no las universidades las que realizan en mayor cantidad y con mayor claridad de objetivos la investigación de la comunicación;

b) en algunas universidades actualmente no se efectúa investigación en el área de humanidades (y por consiguiente, en comunicación) (ITESM-León). No obstante, hay interés y preocupación por fomentarla;

c) en otras universidades, el grueso de la investigación radica en los trabajos de tesis de los alumnos y algunos trabajos esporádicos de profesores (Universidad del Tepeyac, UAS, UDLA-P);

d) en algunas universidades están surgiendo proyectos de investigación que van más allá de la elaboración de tesis. Sin embargo,

estos proyectos están en fases iniciales (UDLA-P);

e) en otras, la investigación está detenida por razones de carga académica. Por otro lado, la mayoría de los investigadores son extranjeros y no vinculan su trabajo a la realidad nacional. (UNAM);

f) el Instituto de Investigación de la Comunicación combina la investigación comercial con la académica. De todos los proyectos de investigación realizados, 40% son para Televisa; 40% para otros clientes y 20% para el Centro. Los proyectos de tipo académico efectuados por el Centro giran en torno a cinco áreas: 1) descripción de la -- segmentación social de las audiencias de medios; 2) efectos de los - medios; 3) análisis de contenido (televisivo y periodístico); 4) análisis de opinión pública; 5) análisis metodológicos (desarrollo de investigación demográfica, estadística, etc.);

g) el Programa Cultura nació con la idea de investigar industrias culturales, culturas urbanas y frentes culturales (culturas populares). Sus objetivos son: generar la preocupación académica por las culturas contemporáneas y formar alumnos que se integren y constituyan la red de investigadores de las culturas contemporáneas. Un proyecto que se desarrolla actualmente en el Centro es el de Telenovelas. Se investiga alrededor de tres preocupaciones: a) cómo producen valores sociales concretos; b) cómo se compone la telenovela (qué tipo de texto - cultural constituye); c) qué es lo que la gente hace con las telenovelas. Esta investigación se efectúa en Colima, Guadalajara, León, D.F., Puebla y Veracruz y posteriormente se incluirán ciudades del - norte del país. Esta investigación está vinculada a similares que se efectúan en Colombia, Perú, Brasil y muy probablemente en el futuro Venezuela. Se está planeando la creación de un doctorado en Culturas Contemporáneas.

2.- Acerca del segundo punto, las opiniones vertidas fueron:

a) se pretende vincular investigación con docencia porque es necesario enriquecer al profesor y a la materia y para desmitificar la imagen 'doctoral' del profesor (ITESM-León);

b) porque es necesario afrontar un sinnúmero de problemas locales que requieren de la investigación (UAS);

c) se investiga para conseguir la titulación (alumnos). En la Universidad del Tepeyac se pretende crear un instituto de investigación de Comunicación con el fin de elevar la calidad de los trabajos de tesis y convertirlos en publicables;

d) en la Universidad de Las Américas, Puebla se está fomentando la investigación de las audiencias debido a tres razones: la creación de canales de televisión regionales, el incremento del gasto en publicidad y la preocupación por el campo de la opinión pública. Se busca, también, generar investigación que tenga impacto en proyectos de

desarrollo regional. Asimismo, se trabaja en la creación de infraestructura para la investigación y para desarrollar variables que permitan explicar el fenómeno de la comunicación de mejor manera. Estos proyectos se han echado a andar para atacar el problema que representa el olvido por parte de las universidades del análisis de la realidad empírica;

e) en la Universidad de Colima se efectúa investigación para dotar a los alumnos de metodologías que les permitan afrontar problemas. La investigación allí practicada se efectúa básicamente a través de tesis y ha estado relacionada estrechamente con el Programa Cultura;

f) el por qué de la investigación está dado por el sueño del investigador responsable del trabajo y el valor que adquiere la investigación depende del talento y la intuición del investigador principal (el soñador). El cómo depende de varias cosas que tienen diferentes respuestas. El problema fundamental es la fascinación por la investigación. Para esto: a) hay que identificar los problemas y a quiénes afectan y si están dispuestos a resolverlo; b) hay que saber si hay capacidad económica para resolver el problema; c) echar a andar el proyecto (para lo que basta con tener la motivación personal (Instituto de Investigación de la Comunicación);

g) para echar a andar proyectos de investigación es necesario que los coordinadores de ellos los expliquen a los grupos de las universidades dispuestas a participar en el trabajo (Universidad del Tepeyac);

h) es necesario que los investigadores nacionales de la comunicación que poseen prestigio efectúen cierta promoción de la investigación en los diferentes centros de investigación y universidades de provincia (ITESM-León);

i) es necesario generar la motivación individual por la investigación. Para ello quizá fuera pertinente crear áreas de investigación en las licenciaturas (UDLA-P);

j) es preciso dedicar recursos humanos exclusivamente a la investigación (UAS);

k) hay que desmitificar la investigación. Para ello tal vez sería conveniente efectuarla a través de talleres que se propusieran - objetivos muy concretos y que condujeran a la producción de folletos de divulgación que el Consejo podría reproducir (UNAM).

3.- Por lo que respecta al tercer punto discutido en la sesión, los puntos de vista y las propuestas externados fueron los siguientes:

a) habría que pensar en la conveniencia en iniciar investigación para la producción. Existen fondos públicos y privados en regiones - del país que ofrecen la posibilidad de realizar investigación (UNAM);

b) lo ideal es generar una línea, una política de investigación concreta (Programa Cultura). Para ilustrar la importancia de esta afirmación, Jorge González refirió la forma en la cual surgió el proyecto de telenovelas que se desarrolla en el Centro y el cómo se ha efectuado la investigación. Se destaca que el Programa Cultura, luego de dar a luz la idea en discusiones con investigadores latinoamericanos (Martín Barbero entre ellos) asumió plenamente la responsabilidad del proyecto y a partir de allí invitó a varias universidades a participar en él. Así, en forma paulatina y con leves pasos de expansión, el proyecto fue ampliándose hasta llegar a contar con la red de investigadores que existe actualmente. La responsabilidad del Programa Cultura no termina con el hecho de hacer invitaciones: ofrece, además, seminarios de discusión y de capacitación para los diferentes grupos de investigación. Parte importante de este echar a andar el proyecto, es que se hace ver a cada equipo que se integra que su actividad dentro del proyecto no será el de ser meramente un maquinador, sino que generará información que además de que habrá de servir al proyecto general, será de utilidad para el grupo que la ha hecho nacer. Cada grupo podrá emplear la información para sus propios fines y conveniencias;

c) Fátima Fernández (UNAM) planteó que hacen falta temáticas de investigación para echar a andar el proyecto de investigación de CONEICC. Dijo que habría que buscar una serie de carencias en materia de investigación y combinarlo con lo ya existente. A partir de esto, se podrían efectuar tesis que giraran alrededor de temáticas de conjunto. Esto, dijo, haría surgir un tema global de investigación. Así pues, lo conveniente sería echar a ^{andar} ~~andar~~ el trabajo a partir de las carencias. Durante este primer año de actividades del comité se podrían discutir elementos teórico-metodológicos acerca de tales carencias. En el segundo año de actividades se podría hacer nacer un gran problema y adscribir interesados;

d) Rubén Jara, del Instituto de Investigación de la Comunicación planteó que para echar a andar el proyecto de investigación del comité se requiere no sólo desmitificar la investigación y al investigador, sino también desatanizar los enfoques. Si esto ocurriese, dijo, podría efectuarse una reunión en la cual pudiera ofrecerse listas de investigaciones posibles debido a que el problema por el cual no se efectúan muchas investigaciones en universidades es que no se sabe por dónde empezar. Propuso, por tanto, efectuar un 'catálogo estructurado modular de algunas temáticas y métodos de investigación en México, hoy';

e) Fátima Fernández planteó que tales listados nos llevarían a identificar las temáticas relevantes en las cuales se podría hacer trabajo de conjunto. Esto, dijo, en el segundo año de actividades;

f) Rubén Jara planteó que para Abril, cuando se efectúe la primera asamblea nacional del CONEICC del año, se haya creado ya el citado 'Catálogo' y se hayan creado listas de textos más importantes de Teoría de la Comunicación que se estén empleando hoy en las universidades. Asimismo, deberán de haberse conseguido listados de temáticas de otros comités de investigación. En la reunión de Abril, deberán afinarse las propuestas hechas para integrar el catálogo;

g) Alejandro Ramírez (ITESM-León) pidió que el catálogo no sea tan formalizado y que exista compromiso real de participación en el proyecto, por parte de las universidades que participan en el Consejo;

h) Rubén Jara solicitó que alguien se comprometiera a escribir formalmente algunas de las ideas discutidas durante la sesión, para crear los textos de divulgación en torno a dos problemas: 1) por qué, para qué y cómo investigar; 2) estado actual de la investigación en las universidades del país.

Acuerdos

a) el Comité de Investigación se reunirá nuevamente el día 10. de Abril, en Tampico, un día antes de que se inicie la asamblea nacional del CONEICC;

b) todos los participantes de la sesión se comprometen a enviar a Fátima Fernández propuestas para formular el 'Catálogo estructurado modular de algunas temáticas y métodos de investigación en México, hoy', antes de la reunión en Tampico; el catálogo debe quedar compuesto por las preguntas más sencillas que se puedan formular para el desarrollo de investigaciones de comunicación;

c) el comité efectuará, probablemente en 1988, talleres de investigación acerca de técnicas y métodos con el fin de determinar qué son y para qué sirven y qué tipo de problemas resuelven. Estos talleres inicialmente se ofrecerán a profesores;

d) se deja abierta la posibilidad de que miembros de CONEICC participen en talleres de investigación del Programa Cultura de este año;

e) Fátima se ofrece a escribir el Por qué, para qué y cómo investigar en comunicación. Para el segundo punto, se requiere que las universidades provean elementos acerca de sus investigaciones. Esta reflexión debe ser pensada y redactada para ser publicada por el Comité de Divulgación del Consejo.

Segundo día (Ene 20)

La sesión del segundo día se abrió con un recuento somero de los puntos discutidos el día anterior y de los acuerdos establecidos. Posteriormente, se retomó la discusión.

Entre las cuestiones tratadas ese día, destacan:

a) Fátima Fernández (UNAM) pidió que no obstante que los esfuerzos del comité se orienten hacia la elaboración del catálogo acordado, no por ello se debe dejar de plantear una o dos investigaciones para que sean desarrolladas este primer año de trabajo. Dijo que tales proyectos podrían efectuarse a la par de la elaboración del Catálogo. Ello permitiría, dijo, soltar sugerencias de investigación que permitirían avanzar en la generación de conocimientos que resuelvan problemas. Citó ejemplos: 1) para resolver el carácter de verticalidad presente en los medios; 2) para resolver el problema que se está generando por el hecho de que se están formando profesionistas que no van a tener campo de trabajo. Postergar este trabajo para 1988 significaría perder un año, consideró. Si se echan a andar estos proyectos, se podrían integrar las universidades y los talleres de investigación propuestos, podrían estar encaminados a ofrecer herramientas para la ejecución de las investigaciones. En base a esto, propuso que se explicita con toda claridad el por qué y para qué investigar y que se generen títulos o líneas de investigación para llevar a cabo los proyectos;

b) Gabriel González M., (UDLA-P), estuvo de acuerdo con que se generen tales líneas de investigación pero, dijo, sería necesario conocer más a fondo los proyectos. Propuso que para plantear tales líneas se requiere hacer análisis y diagnósticos de las necesidades que tienen cada una de las organizaciones y las regiones del país;

c) Jorge González, del Programa Cultura, enfatizó que todo proyecto de investigación, para que resulte ser fructífero, debe tener un 'papá' y una 'mamá';

d) Fátima Fernández repuso que habría que hacerle de 'agente viajero' por las diferentes regiones del país, para hacer que el proyecto cuaje;

e) Rubén Jara, del Instituto de Investigación de la Comunicación, señaló que antes que nada debe precisarse si CONEICC quiere plantearse o no tal proyecto. Dijo, además, que el proyecto de las televisoras regionales es todo un sistema de investigación. Pidió que se aterrice un proyecto, lo que requiere establecer un responsable y una agenda de trabajo;

f) Fátima Fernández planteó que no se trata de crear un sistema televisivo. Lo único de lo que se trata es de determinar cómo investigar para la producción y de conseguir mayor participación en las televisoras locales. Además, de generar investigación para lo que se viene en lo futuro. Repitió que es necesario hacer una reflexión seria y profunda del por qué, para qué y cómo investigar. Dijo que tomar una decisión al respecto significa jerarquizar la importancia

de los problemas;

g) Rubén Jara, del Instituto de Investigación de Comunicación, dijo que la reflexión propuesta implica dos dimensiones: a) por qué y para qué como personas y b) por qué y para qué como CONEICC;

h) finalmente, cada quien explicitó brevemente, los por qué y para qué de la investigación:

- para complementar la formación del alumnado (ITESM-León);
- para combinar interés académico con una orientación profesional (mercado de trabajo) (UDLA-P);
- para promover la producción (UNAM);
- para resolver necesidades locales (UAS);
- para divulgar la información generada por los alumnos (Universidad del Tepeyac).

Con base en esta última discusión se tomó el acuerdo de que cada uno de los miembros del Comité de Investigación elabore un breve texto en el que responda a las preguntas siguientes: Por qué, para qué y cómo investigar desde la docencia. Este texto servirá de base para la discusión que se lleve a cabo en la próxima reunión del Comité y se buscará la forma de que sea publicado.

Redacción del acta:

Jorge A. Calles
Universidad de las Américas-Puebla.

CCU
AI
0258

ESTUDIO COMPARATIVO DE LA
ESTRUCTURA, CONTENIDO Y USO DE LA
TELEVISION Y DE SU IMPACTO EN LA
PERCEPCION SOCIAL DE LA REALIDAD
Y EN LA IDENTIDAD NACIONAL Y
CULTURAL DE AMERICA LATINA

INFORME DE PROGRESO

INFORME PRESENTADO ANTE LA X REUNION DEL CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FEDERACION DE ASOCIACIONES DE FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL
(FELAFACS). GUADALAJARA, MEXICO, FEBRERO DE 1987.

Durante la anterior reunión de la Asamblea de FELAFACS, reunida en Bogotá el pasado mes de octubre, se acordó la realización de este proyecto de investigación auspiciado por FELAFACS y por la Universidad de Ohio. Una clara síntesis de la naturaleza del proyecto y de sus objetivos se publicó en el último Boletín de FELAFACS (num. 16).

Según se plantó en la reunión de Bogotá, la investigación consta de dos grandes **objetivos** formales o intrínsecos, además de otros objetivos extrínsecos que presentamos más adelante. Los objetivos formales son (a) la realización de la investigación propia mente dicha y (b) la formación de recursos humanos.

I. INVESTIGACION. El estudio constituye un auténtico proceso de generación de nuevos conocimientos en el campo de la comunicación social en América Latina y una excepcional oportunidad de sistematizar la información existente en esta área. Muy especialmente, el proyecto permitirá generar datos empíricos sobre diversos aspectos

de la estructura, el contenido, el uso y el impacto de la televisión como medio de comunicación social acerca de los cuales existen importantes lagunas de conocimiento en la actualidad. El hecho de efectuar el mismo estudio simultáneamente en diversos países posibilita también (a) la comparación directa y confiable de los mismos datos entre países, (b) un mayor grado de generalización de los resultados a la televisión como medio y a América Latina como ámbito geográfico, social y cultural y (c) una mayor comprensión del papel, función social y efectos de la televisión al incorporar en el modelo de investigación diferencias nacionales y culturales.

El intento de crear una tipología de los discursos de la televisión, tanto desde el punto de vista del medio y su contenido como del uso que de él hacen diversos grupos de públicos, es otro elemento que subyace al estudio. En este sentido, la investigación puede retroalimentar otros proyectos que analicen discursos específicos de la televisión. Asimismo, proporcionará una muy amplia base de información y de datos empíricos para futuros estudios que analicen discursos específicos u otros contenidos de la televisión.

II. FORMACION. La investigación servirá de marco y base para el desarrollo de recursos humanos en materia de métodos y técnicas de investigación y análisis de los medios de comunicación para las asociaciones nacionales, universidades u otras instituciones participantes. Este proyecto contempla como aspecto central una doble labor docente expresada en la capacitación de profesores y la formación de estudiantes. Igualmente, se estimulará la creación de equipos de investigación, como de hecho ya ha ocurrido en varios países. Más específicamente, la labor docente se logrará mediante (a) el ofrecimiento de seminarios y talleres intensivos y (b) la participación activa en el proyecto que representa la parte práctica o de aplicación del entrenamiento que resulta esencial para la enseñanza de métodos y técnicas de investigación.

Adicionalmente, el aspecto formativo se complementa con otras actividades entre las que resaltan:

- (a) formación de equipos de investigación inter-relacionados entre sí,
- (b) renovación de cuadros, tanto de investigación como docentes
- (c) diversificación de los recursos de la Federación, por ejemplo al ampliar el marco operativo de FELAFACS, y
- (d) incorporación de recursos propios de las universidades y posiblemente otras instituciones a un proyecto de FELAFACS

Según indicamos anteriormente, la investigación permitirá lograr también otros **objetivos extrínsecos**, entre los cuales destacan:

1. Creación de bancos de datos. El primero de ellos, por cierto, se ha iniciado ya durante estos primeros cuatro meses de actividades.

2. Publicación de libros, artículos y otros materiales. Esperamos tener el primer libro listo para publicación a finales de este año, según informamos más adelante.

3. Estimulación para la preparación de tesis por parte de alumnos que formen parte de los equipos de investigación.

4. El estudio está diseñado para que se revierta en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

5. Alimenta el deseo de la Federación de formar cuadros profesionales.

6. Fomenta la voluntad de profesores y estudiantes de participar en actividades formativas.

7. Estimula el que surjan equipos interdisciplinarios o grupos de investigadores, tanto profesores como estudiantes, vinculados por un proyecto común. Este aspecto se presenta en oposición a una tendencia dominante en la investigación de la comunicación en América Latina hasta la fecha, como es la investigación individual, frecuentemente representada por un estudio único y aislado y en ausencia de una sistemización, continuidad y acumulación de los estudios.

8. Auspicia la realización de un proyecto latinoamericano pero desde la base de cada país participante.

Simultáneamente, el proyecto redunda en diversos **bene-
ficios** para la Federación y para ^{cada} una de las instituciones participantes. Entre estos podemos señalar los siguientes:

(a) Entrega de los bancos de datos, en forma íntegra, a cada institución participante.

(b) Generación de información de primera línea, de datos origi-
nales que se entregan en su totalidad a las instituciones partici-
pantes. Estas los podrán usar para múltiples aspectos del proceso
de enseñanza-aprendizaje.

(c) Creación de una amplia gama de publicaciones (libros,
artículos, tesis, etc.) sobre un tema común. Ello permitirá la
sistematización, integración y acumulación de conocimiento sobre
la televisión en América Latina con obvios beneficios docentes,
para la investigación y otros aspectos.

(d) Entrega a todas las instituciones participantes de copias
de todas las publicaciones que se produzcan.

(e) Aplicación directa para la docencia de esta investigación.

relación de actividades.

Desde octubre pasado y hasta la fecha, en síntesis, se ha reali-
zado lo siguiente como parte del proyecto:

I. Se han constituido y han empezado a funcionar equipos de
trabajo en cinco países: Argentina, Colombia, Chile, Perú y Venezue-
la, además de la Universidad de Ohio.

II. Se ha terminado la primera fase del arqueo bibliográfico en Argentina, Chile y Perú, cuyos informes han sido entregados. Aparentemente dicha fase se ha terminado también en Colombia, aunque el informe no se ha recibido aún. Un informe escrito del colega Adolfo Herrera indica que hay un grado substancial de avance en Venezuela. El arqueo consiste en una búsqueda sistemática de materiales sobre el tema, análisis y evaluación de los mismos, preparación de una bibliografía comentada y producción de un capítulo que sintetiza, integra e interpreta todos los materiales recopilados. La primera fase se concreta a la búsqueda de materiales y preparación de una bibliografía. En los próximos meses se realizarán las actividades restantes. El propósito es concluir este trabajo antes de fines del presente año y publicarlo en forma de libro.

III. Se han obtenido aportaciones para el proyecto de ARCIS (incluyendo un viaje de Luis Torres a Rosario, Argentina, para asesorar a los investigadores de ahí), de la Universidad de Lima, la Universidad Nacional de Rosario, la Universidad Javeriana, la Universidad Central de Venezuela y la Universidad de Ohio.

IV. Hemos podido constatar que la investigación responde a las necesidades docentes y de investigación de colegas e instituciones quienes encuentran en el estudio la expresión y el cauce para sus intereses. El proyecto convierte en acción lo que hasta ahora había sido percibido por muchos como deseable pero no posible.

próximas actividades

Durante los próximos meses nos proponemos:

A. EN EL ASPECTO DE PLANEACION.

1. Terminar el diseño final de las fases uno (estructura de la televisión) y dos (análisis de contenido) de la investigación.

2. Iniciar el diseño de las dos fases restantes, especialmente de los estudios cualitativos que serán necesarios para la creación de escalas e índices de identidad nacional y cultural.

3. Afinar la calendarización del estudio.

4. Incorporar en el proyecto a las asociaciones nacionales, universidades u otras instituciones que lo deseen. En este sentido conviene tener presente que la incorporación al proyecto es una decisión voluntaria por parte de los participantes. La participación está abierta a quienes así lo deseen.

5. Buscar fuentes de financiamiento.

B. EN EL ASPECTO DE EJECUCION

1. Terminar el arqueo bibliográfico.

2. Procesar y analizar la información obtenida en el arqueo bibliográfico.

3. Preparar y entregar para publicación el libro resultante.

4. Preparar e iniciar los seminarios y talleres de capacitación de profesores y de formación de estudiantes.

5. Iniciar los estudios cualitativos para la posterior creación de escalas e índices para la medición de identidad cultural y nacional.

6. Iniciar y terminar la recopilación de datos correspondientes al análisis de contenido.

De todos estos avances se mantendrá regularmente informado al Consejo Directivo de FELAFACS.

ESTUDIO DE LA ESTRUCTURA, CONTENIDO Y USO
DE LA TELEVISION Y DE SU IMPACTO EN LA PERCEPCION SOCIAL
DE LA REALIDAD Y EN LA IDENTIDAD NACIONAL Y CULTURAL
DE AMERICA LATINA

NOTAS ACERCA DE LA
RESEÑA BIBLIOGRAFICA

Además del trabajo realizado hasta la fecha por los diversos equipos de investigación, considero importante lo siguiente:

~~1. Preparar~~ una lista de preguntas y/o temas específicos para ser respondidos o desarrollados por los diversos equipos de trabajo de modo que los resultados de los análisis nacionales sean directamente comparables y que en dichos análisis se incluyan ciertos aspectos por parte de todos los grupos de trabajo.

2. El texto final derivado de la reseña bibliográfica entregado por cada equipo nacional será revisado por los miembros del comité coordinador, pudiendo regresarlo a los autores con sugerencias para la revisión del texto.

3. Los miembros del equipo o comité coordinador prepararán dos capítulos:

- (a) un capítulo introductorio a las reseñas de cada país que incluye una formulación del problema de investigación, marco conceptual, etc., y
- (b) un capítulo final que integre, compare, analice y sintetice los diversos trabajos nacionales y en el que se establezcan líneas comunes, principios generales y conclusiones.

4. El material así obtenido: es decir, las reseñas nacionales y los capítulos escritos por los miembros del comité coordinador será publicado por conducto de FELAFACS, tal vez como parte del convenio con la editorial Gustavo Gili. Los miembros del comité coordinador aparecerán como "editores" y la autoría de cada capítulo será atribuida a la persona, grupo de personas o equipo nacional que lo haya preparado. FELAFACS recibirá crédito en la portada del libro y otros lugares apropiados. Las regalías del libro serán cedidas a FELAFACS

*Anexo
Comunic*

ESTUDIO DE LA ESTRUCTURA, CONTENIDO Y USO
DE LA TELEVISION Y DE SU IMPACTO EN LA PERCEPCION SOCIAL
DE LA REALIDAD Y EN LA IDENTIDAD NACIONAL Y CULTURAL
DE AMERICA LATINA

FASE I:

ESTRUCTURA DE LA TELEVISION

Documento para discusión sometido por Josep Rota al Comité Coordinador de la investigación durante la reunión del Consejo Directivo de FELAFACS celebrada en Guadalajara, México, del 23 al 27 de febrero de 1987.

NOTA INTRODUCTORIA: Este documento presenta los rubros del análisis estructural de la televisión que se podrían considerar para inclusión en el estudio, así como sus elementos constitutivos. La naturaleza comparativa del estudio implica la necesidad de un alto grado de correspondencia de los enfoques, métodos y procedimientos de investigación entre los diversos equipos nacionales de trabajo. Un propósito fundamental de la presente reunión es acordar el diseño del estudio que se utilizará para esta primera fase.

Los rubros analíticos se presentan a continuación.

Categorías para el análisis estructural de la televisión.

1. Régimen de propiedad.

- * Quiénes son los propietarios
 - (a) en los inicios de la televisión
 - (b) en la actualidad
- * Identificación de los propietarios y principales accionistas
- * Qué otros negocios tienen
- * Fuentes del capital
- * Régimen legal de la propiedad: concesión versus licencia
- * Concentración de la propiedad
- * Perfil de los propietarios: entrevistas a los (5?) (10?) (15?) más altos ejecutivos de cada organización de televisión para determinar características tales como:
 - § Edad
 - § Estudios (en el país y el extranjero)
 - § Carrera y otros estudios avanzados
 - § Afiliaciones (políticas, empresariales, etc.)
 - § Percepción del rol social de la televisión
 - § Etcétera

2. Objetivos formales y filosofía

- * Según se expresa en documentos formales
- * Según los críticos
- * Perspectiva legal (leyes, políticas nacionales, etc.)
- * Según altos ejecutivos en entrevistas que se realicen

3. Leyes y reglamentos

- * Filosofía que los sustenta
- * Leyes y reglamentos específicos:
 - § Copia de los mismos
 - § Análisis interpretativo de su significado social y político
- * Control y regulación:
 - § Quienes lo hacen
 - § Mecanismos de control (cómo se hace)
- * Cómo se supervisa a empresas de televisión
- * Políticas nacionales:
 - § de comunicación
 - § de cultura
 - § de desarrollo nacional
 - § de tecnología

4. Otras formas de control

- * Control sobre inversiones, tanto nacionales como extranjeras
- * Censura
- * Soborno
- * Co-optación
- * Control a partir de los supuestos de un estado autoritario en los casos en que esto se de
- * Grupos de presión:
 - § Cuales son
 - § Como operan en relación con la televisión

5. El Estado

- * Estructura del Estado en relación con la televisión
- * Organismos estatales que tienen que ver con la televisión:
 - desglosar
- * Descripción (tanto actual como histórica) de la relación entre el Estado y la televisión
- * Infraestructura que proporciona el Estado: describir

- * PAPEL que juega el Estado como propietario de estaciones de televisión (en los países donde ocurra)
- * Acceso que tiene el Estado a la televisión privada: grado y características

6. Partidos y organismos políticos

- * Relación de los partidos y organismos políticos existentes que son relevantes para la televisión
 - § Breve descripción y características de cada uno
 - § Explicación de su relación con la televisión
- * Papel político de la televisión en el país: describir
- * Uso de la televisiones en elecciones/procesos electorales y otras actividades políticas

7. Impuestos

- * Criterio para la determinación de los impuestos
- * Aplicación
- * Monto relativo y absoluto/contribución fiscal de las empresas de televisión
- * Uso específico que se da a esta recaudación (en caso de que en el país estas recaudaciones efectivamente tengan un uso específico)

8. Financiamiento

- * Publicidad:

§ Agencias: desglosar, caracterizar

- ¶ Propietarios de las agencias de publicidad
- ¶ Origen nacional
- ¶ Concentración por agencias/productos que se anuncian/ y empresas anunciantes
- ¶ Otros clientes y productos que tienen esas agencias

- § Tiempo de transmisión dedicado a la publicidad/saturación
- § Monto de la inversión desglosado por:
 - ¶ Origen del capital
 - ¶ Inversión por área productiva
 - ¶ Capital propio versus financiamiento externo
(ej.: préstamo bancario, préstamo extranjero)
- § Aportes del gobierno:
 - ¶ financieros
 - ¶ en especie
 - ¶ en infraestructura
 - ¶ en exención o trato preferencial con los impuestos
- § Aportes derivados de otros negocios de los que son los propietarios de las empresas de televisión
- § Venta de servicios, excepto publicidad
- § Subvención de empresas y otros organismos privados
- § Exportación de programas: desglosar

9. Presupuesto

- * Monto anual y desglose por rubros presupuestales
- * Presupuestos por áreas
- * Costo de producción por programa o tipo de programa
- * Ingresos versus egresos: tendencias históricas

10. Vinculación con otros medios de comunicación

- * Co-propiedad (por medios)
- * Coberturas agregada
- * Régimen de la propiedad
- * Concentración/desconcentración de la propiedad
- * Grado y forma en que comparten recursos
- * Monopolización: características y procesos

11. Vinculación transnacional

* Con quienes:

§ Identificación de las empresas transnacionales

§ Descripción/caracterización

§ Grado de subordinación/control

* Inversiones de empresas transnacionales en televisión

§ Monto

§ Areas

§ Características

* Tecnología: aportación, control

* Contenidos de la televisión (programas, importación, dependencia)

* Producciones y co-producciones

12. Tecnología

* Descripción de los equipos con que cuentan las estaciones y empresas de televisión e indicación de su origen (en cuanto a países y empresas que los suministran)

* Producción nacional de tecnología

* Importación: fuentes, costos, formas de financiamiento

* Nuevas tecnologías: estado de penetración, origen y políticas nacionales con respecto a ellas

13. Producción

* Recursos: desglose

* Qué se produce: desglose

* Estructura física para la producción: estudios, laboratorios, equipos técnicos

* Costos de producción (ver "Presupuesto")

14. Compra de contenidos/importación

- * Por categorías de programas
- * Por países
- * Costos
- * Costos de importación versus costos de producción local

15. Contenido

(COMO PARTE DEL ANALISIS ESTRUCTURAL Y PREVIO A LA SEGUNDA FASE DEL ESTUDIO QUE CONSISTE EN UN ANALISIS DE CONTENIDO DE LA TELEVISION)

- * Desglose del contenido por categorías de programas y por tiempo de transmisión
- * Lista de los programas (en una semana "tipo")
- * Origen de cada programa
- * Distribución de la programación por bloques de tiempo durante el día
- * Ratings
- * Descripción de cada categoría de programas:
 - § en cuanto a producción/importación
 - § horas, tiempos, audiencia
 - § financiamiento y origen del mismo
 - § Categorías generales posibles:
 - ¶ Noticias
 - ¶ Culturales
 - ¶ Educativos
 - ¶ Telenovelas
 - ¶ Deportes
 - ¶ Para niños
 - ¶ De aventuras
 - ¶ De acción
 - ¶ Cómicos y de variedades
 - ¶ Musicales
 - ¶ Películas
 - ¶ Otros

16. Cobertura

- * Areas geográficas, incluyendo rural vs. urbano
- * Calidad de recepción por áreas
- * Horario de transmisión
- * Distribución de la cobertura por empresas, canales, etc.

17. Público

- * Tamaño nacional y por región
- * Características del público en general y de los diversos tipos de públicos
- * Participación del público (en tomas de decisiones, fijación de políticas, etc.)
 - § Participación teórica (según leyes, etc.)
 - § Participación real

18. Investigación

- * Identificación y descripción de las compañías de investigación
- * Servicios de ratings
- * Servicios internos de investigación
- * Funciones de la investigación

19. Difusión

- * Equipos y sistemas de transmisión
- * Uso de diversos sistemas: antenas, micro-ondas, satélites
- * Propiedad y control de dichos sistemas

20. Críticos

- * Grupos adversariales:
 - § Quiénes son y por qué
 - § Naturaleza de la relación con las diversas empresas de televisión
 - § Naturaleza, razón, historia, significado de la oposición
- * Influencia real de los críticos
 - § En las estaciones, grupos y empresas de televisión
 - § En el gobierno
 - § En las universidades y círculos intelectuales
 - § En el público
- * ~~Acceso de los críticos a medios de difusión~~ Acceso de los críticos a medios de difusión, incluyendo libros,

- * Acceso de los críticos a los medios de difusión, incluyendo libros, periódicos, conferencias, etc., además de la televisión

21. Entrenamiento y capacitación

- * Reclutamiento de nuevos empleados: fuentes, tipo de educación que tienen
- * Papel de las universidades
- * Programas internos de capacitación
- * Contratación de servicios externos de entrenamiento y capacitación: describir
- * Uso de servicios extranjeros de capacitación y entrenamiento

22. Las universidades

- * Descripción de la relación entre cada empresa de televisión y las universidades del país
- * Caracterización de las universidades frente a las empresas de televisión

23. Historia y desarrollo

- * Inicio de la televisión en el país: cuando, quien, como, etc.
- * Crecimiento
- * Datos cuantitativos y tendencias del desarrollo de la televisión
- * Factores sociales, políticos y económicos correlativos al desarrollo de la televisión (qué sucedió en esas esferas que determinó o contribuye a explicar sucesos y características de la televisión en el país)
- * Perspectivas previsibles para el futuro
- * El debate nacional sobre la naturaleza, responsabilidad y función social, política, económica y cultural de la televisión

24. Organización

- * Presentación y análisis del organigrama de las diversas empresas y organismos de televisión, incluyendo
 - § Organigrama formal, reflejando oficinas, funciones, cargos, líneas de autoridad y aspectos relacionados
 - § Identificación de la persona que ocupa el nivel directivo de los diversos departamentos reglejados en el organigrama
- * Control administrativo y político
- * Grado y estilo de concentración de poder en las diversas empresas de televisión / verticalidad

25. Personal

- * Descripción del personal que labora en las empresas de televisión
- * Perfil de los empleados, o por lo menos de los de cierto rango o en ciertos departamentos: quienes son, cual es su educación y origen, etc.
- * Contratación y contratos (sistemas y procedimientos de contratación; implicaciones legales, laborales y políticas de los mismos, contratos individuales versus colectivos, etc.)
- * Sindicato:
 - § Características (de no existir, dar las razones)
 - § Tipo de afiliación y representación
 - § Papel y fuerza real del sindicato

AVISO

CCC
AI
0258

El Comité de Investigación informa que las universidades que hasta diciembre de 1987 habían entregado sus proyectos de investigación sobre la historia y situación actual de los medios de comunicación en su entidad federativa son:

1. Universidad Autónoma de Coahuila
Título de la investigación: Historia y situación actual de los medios de comunicación en Coahuila.
Responsable: Julieta Carabaza
Fecha de terminación: primer trimestre 1988.
Apoyo aprobado: Programa Cultural de las Fronteras.

2. Instituto de Ciencias Sociales de Mérida
Título de la investigación: La situación actual de los medios de comunicación social en Yucatán.
Responsable: José Luis Rivera Paz
Fecha de terminación: segundo trimestre 1988.
Apoyo: en trámite.

3. Universidad Autónoma de Sinaloa
Título de la investigación: Tres medios de comunicación masiva en el Estado de Sinaloa en los últimos diez años (1977-1987)
Responsable: José María Adame Díaz

UAS
Título de la investigación: Historia de la radio en Sinaloa
Responsable: Prócoro Hernández Oropeza

UAS
Título de la investigación: El mercado de la historieta en Mazatlán
Responsable: Octavio Yéñez.

Falta definir fechas de terminación y solicitar apoyo. (así como enviar proyectos completos)

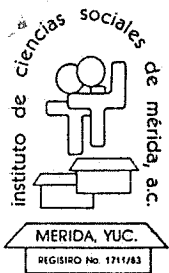
4. Universidad Autónoma de Nuevo León
Títulos de las investigaciones:
A) La automatización de la prensa en Nuevo León.
B) La primera década de la televisión en Monterrey
C) Historia contemporánea de la prensa diaria en Monterrey
D) Antenas parabólicas en Nuevo León.

Falta definir responsables, fechas y solicitar apoyo. (y enviar proyectos completos)

SE RECUERDA QUE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACION PUEDEN SER ENVIADOS A:

Fátima Fernández Christlieb

Apartado postal 70-480 MEXICO 04510 D.F.



INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES DE MERIDA, A.C.

Calle 26 X 27 No. 216

Col. García Ginerés.

Tel. 25-81-86

DEPENDENCIA: DIRECCION

OFICIO No.: 56/987

ASUNTO: El que se le
indica.

Mérida, Yuc., a 27 de noviembre de 1987

LIC. FATIMA FERNANDEZ DE CHRISTLIEB.

P R E S E N T E .

Me es muy grato saludarte, y, al mismo tiempo, enviarte el documento base para la realización de la investigación -- propuesta según me manifestaste en la pasada reunión del CONEICC. En este documento base se propone la temática, metodología, fuentes, objetivo general y presupuesto de tiempo y costo.

Someto a tu consideración éste trabajo y espero que una vez estudiado, sea aprobado para ponernos a trabajar de inmediato en él. Cualquier duda o inconformidad me la hagas saber, ya sea por vía telefónica o por correo.

Te reitero mi amistad y espero que pronto podamos trabajar en forma conjunta.

Atentamente,

LIC. JOSE LUIS RIVERA PAZ. M.E.

Director General.

PROYECTO DE INVESTIGACION

" LA SITUACION ACTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL EN YUCATAN "

Tal como sucede en otros estados de la República Mexicana, en el Estado de Yucatán es notable y significativa la carencia de información documental que proporcione respuesta a muchas - preguntas, sencillas y elementales unas, complejas y profundas otras, que surgen en torno a los medios de comunicación social. Con excepción de la Enciclopedia Yucatanense y de algunos artículos publicados recientemente en el Diario de Yucatán elaborados por Irving Berlín Villafaña, datos aislados en cierta -- forma, no existen otras fuentes de información para los estudios de la comunicación social, que la memoria de unos pocos - pioneros de la radio y la televisión, (Locutores, administradores, artistas y actores).

Es verdad que algunos medios como la prensa y las revis--tas tienen una larga tradición en nuestro estado. Y también - es verdad que algunos literatos, historiadores y otros estudios han elaborado acuciosos trabajos sobre dichas formas de comunicación. Pero también es verdad que dichos datos están muy aislados y no constituyen documentos codificados y estructurados para ser útiles en el caso de los trabajos de los investigadores de la comunicación.

En cuanto al cine, la mayor parte de los datos se refieren a las salas de exhibición y la historia de ellas, pero muy poco se sabe sobre si hubo o no intentos de hacer producción cinematográfica en el estado. También hay una larga trayectoria de la exhibición cinematográfica en la entidad, pero al igual que con la prensa, falta mucho para disponer de la - información al respecto en forma estructurada.

Estas carencias parece ser que podrían ser solucio-
nadas (por lo menos inicialmente) a partir de la investigación que sugiere el documento de Fátima Fernández.

Nos parece que es un magnífico intento del cual - puede obtenerse muchísima información, una vez realizado, que ayudaría mucho a esclarecer múltiples dudas (desde las más sencillas hasta las más amplias) que flotan, al igual que en el resto de la República, en las mentes de los especialistas de la comunicación que se están forjando en este Instituto.

La historia de los medios de comunicación social en Yucatán, constituiría un estupendo aporte al acervo cultural e histórico de todo el estado. Es un documento realizable -- a corto plazo y susceptible de acrecentarse a medio y largo -
plazo.

En el estado de Yucatán, hay ² (tres) periódicos de circulación diaria, (dos) estaciones de televisión con señal originada en la ciudad de Mérida, tres repetidoras de las redes -- nacionales de televisión y diez y seis estaciones de radio -- entre amplitud modulada, frecuencia modulada y onda corta. Junto a estos medios "tradicionales" existen múltiples casas reproductoras de cassettes varias empresas pequeñas, casi familiares, de grabación en video cassettes, dos empresas productoras de cintas fonograbadas, múltiples rentadoras de video cassettes, varias tiendas de discos y también varias editoras de revistas de diversos contenidos y diferentes frecuencias de aparición.

Lo referido en el párrafo antecedente, sugiere que hay un gran número de profesionales y empíricos que obtienen trabajo y sustento en los medios o que su quehacer se relaciona directa o indirectamente con ellos. Algunos de ellos, tienen magnífica información (aislada y desestructurada) que podría ser organizada en uno o varios documentos que, tal como sugiere el Proyecto General, refieran cuantos son, donde estan, -- como surgieron, como trabajan y que papel social desempeña -- los medios de comunicación en Yucatán.

Todo lo anterior, nos entusiasma para participar en -- dicho Proyecto General, por lo cual proponemos nuestro propios objetivos que, a pesar de ser "propios", reflejan al -- objetivo general que persigue el referido Proyecto General.

3 PEN
2 TV LDC
3 REPET
16 RADIO

En resumen, los estudios de la comunicación social, en nuestro medio son más bien de carácter Teórico y existe muy poca información organizada que se refiera a los casos concretos de los medios. Las cuestiones planteadas por Fátima Fernández, nos parece que también son válidas para el estado de Yucatán.

De este modo, nuestra pretensión es elaborar un estudio de los medios de comunicación social, tal como se plantea en el Proyecto General, en cuanto al nivel taxonómico-- de la información. Es decir, se pretende un estudio descriptivo de dichos medios, con la posibilidad abierta de ampliarlos hacia niveles taxonómicos más altos en un futuro inmediato.

OBJETIVO GENERAL.

Se pretende efectuar un estudio descriptivo de la situación de los medios de comunicación social en el Estado de Yucatán, que derive en un diagnóstico general del desarrollo que actualmente presenta la comunicación social en la entidad.

TEMATICA.

La temática tentativa de este trabajo se refiere a lo siguiente:

1. La Prensa.

1.1. Antecedentes históricos; los precursores. ✓
o iniciadores.

1.2. El impacto social de los primeros periódicos en el estado. X |

1.3. El impacto económico y político ✓ X

1.4. Los continuadores del proceso ✓

1.5. La Prensa actual ✓

2. La Radio en Yucatán.

2.1. Antecedentes y primeros experimentadores ✓

2.2. Precursores ✓

2.3. La situación de la radio en la actualidad ✓

3. La Televisión en Yucatán.

3.1. Antecedentes

3.2. Los iniciadores

3.3. La situación actual de la televisión en Yucatán.

4. El Cine

4.1. Los primeros intentos de producción

4.2. Los precursores de la exhibición cinematográfica.

4.3. La situación actual. . .

5. Otros medios de comunicación social. X

5.1. Grabaciones. Antecedentes y situación actual.

6, La enseñanza de la comunicación social en el Estado. X

METODOLOGIA.

Por tratarse de una investigación histórico-descriptiva los planteamientos teóricos se reducirían al mínimo necesario; más bien, el trabajo se orientaría a la búsqueda, recopilación y ordenación del material con referencia a la temática general y de la consignación del contenido de tal material en forma más o menos ampliada. Por lo tanto, las fuentes de información que se manejan son:

Hemerotecas ✓

Bibliotecas ✓

Archivos ✓

Atervos particulares. ✓

HISTORIA ORAL ✓

Se pretende igualmente efectuar entrevistas con las personas directa o indirectamente ligadas a los medios y con informantes o asesores de las épocas iniciales de la radio, televisión y cine y con los estudiosos sobre la comunicación escrita que se refiera a la entidad. Por último, se pretende aplicar una encuesta de opinión por advertir el sentir del público usuario de los medios, con respecto a esta actividad (la comunicación social) X

PRESUPUESTO DE TIEMPO

1. Planeación y organización:	Fecha final	30 de nov. de 1987
2. Investigación Bibliográfica, Hemerográfica y de archivos	" "	31 de enero de 1988.
3. Entrevistas	" "	15 de marzo de 1988
4. Organización de la información	" "	31 de marzo de 1988
5. Redacción	" "	30 de abril de 1988.

PRESUPUESTO Y REQUERIMIENTOS.

1. Recursos Humanos: Un coordinador
Dos coordinadores de campo
Dos auxiliares de investigación
Total Cinco personas.

2. Recursos Materiales. 1. equipo de oficina
2. Material de oficina

3. Recursos financieros. Duración: 6 meses

1. Sueldos (en miles de pesos)	Mensual	Global
X Coordinador General	260.=	1,560.=
Un coordinador de campo	260.= (2)	3,120.=
X Un auxiliar	180.= (2)	1,080.=
2. Recursos Materiales	20.=	120.=
Total, =		5,880.=

120,000

CC
AI
0258

COMITE DE INVESTIGACION

"PLAN DE TRABAJO 1984-1986"

Javier Esteinou M.

I.- MIEMBROS DEL COMITE

Miguel Angel Machiavelo
 José A. Paoli
 L. Fdo. Brehm
 Fátima Fernández
 Edilberto Hernández
 José Luis Beraud L.
 Ma. Graciela Corro
 Ma. Teresa Zazueta
 Lucía Chávez Rivadeneyra
 Ma. del Carmen de la Peza
 Román Ramírez
 Sara Oranday
 Angeles García
 Guillermo Michel
 Angel Saiz
 Guadalupe Victórica

II.- OBJETIVOS DEL COMITE

- A.- Retomar y apoyar el desarrollo de la infraestructura de investigación tradicional del CONEICC.
- B.- Abrir nuevas líneas de reflexión y análisis entre las escuelas de comunicación del CONEICC.

III.- PROYECTOS DE TRABAJO:

NIVEL -A: APOYO A LA INFRAESTRUCTURA DE INVESTIGACION DEL CONEICC.

Proyecto 1: Inventario Nacional de Investigadores de Comunicación.

- a.- Elaborar un levantamiento de información según esquema.
- b.- Publicarlo en Boletín de CONEICC y ALAIC.

NIVEL -B: CONTINUIDAD CON LAS ACTIVIDADES TRADICIONALES DE INVESTIGACION DEL CONEICC.

Proyecto 2: Discusión y Propuesta Temática del contenido del IV Encuentro Nacional del CONEICC.

(Ver punto IV)

res en función a los distintos programas de investigación de las escuelas - del CONEICC en vinculación con el Comité Académico.

- + Organización de cursos y reuniones especiales de investigación, en vinculación con el Comité Académico.

IV.- 4º ENCUENTRO NACIONAL DE CONEICC

Tema: "Comunicación y Crisis Nacional"

Objetivo: Crear un espacio amplio de discusión donde se analice de que manera la comunicación nacional puede contribuir a superar la crisis económica, política y social que actualmente vivimos en las diversas regiones del país.

Contenido:

Existirán 5 mesas de trabajo que abordarán los siguientes temas:

- Conferencia Inaugural: "Los medios de comunicación y la crisis nacional" *FATIMA FERNANDEZ*
- Mesa 1: *CARMELO GOMEZ MONT*
JAVIER ESTEINOU Las Nuevas Tecnologías de Información - y el proyecto de desarrollo regional -- del país.
- Diagnóstico
- Debate
- Propuestas
- Mesa 2: *TATIANA GAVIAN*
ANTONIO PAOLI La comunicación regional y la participación de la sociedad civil.
- Diagnóstico
- Debate
- Propuestas
- Mesa 3: *ROMAN RAMIREZ* La comunicación personal en la crisis - del sistema.
- Diagnóstico
- Debate
- Propuestas
- Mesa 4: *PABLO CASARCS* Las escuelas de comunicación y su respuesta ante la coyuntura actual.
- Diagnóstico
- Debate
- Propuestas
- Mesa 5: *CRISTINA ROMO* El proyecto de participación cultural del CONEICC en los Medios.
- Diagnóstico
- Debate
- Propuestas

Proyecto 3: Difusión de Trabajos de Investigación

a.- Publicación de memorias de encuentro:

1982

1983

1984

b.- Publicación en CUADERNOS CONEICC (Canalizar a Comisión de Difusión).

c.- Publicación en Boletín de Información CONEICC. (Canalizar a Comisión de Difusión).

d.- Publicación en Revista CONEICC (Canalizar a Comisión de Difusión).

NIVEL-C: DESARROLLO DE NUEVAS LINEAS DE INVESTIGACION

Proyecto 4: Impulso a Proyectos de Investigación Institucionales sobre Comunicación.

Temáticas Propuestas:

+ Investigar Nuevas Formas de Enseñanza
L.F. Brehm.

+ Definición del Carácter y el Perfil del Comunicador. Sara Orendain.

+ Definición de los Campos de Investigación,
Carmen de la Peza

+ Análisis de Propaganda Electoral. Fátima Fernández.

+ Impacto de las Nuevas Tecnologías de Información sobre la Cultura Nacional: El caso del Sistema de Satélites Morelos y la T.V. Mexicana. Javier Esteinou.

+ Relación, Comunicación y Educación
Guillermo Michel.

+ Investigación sobre la Hora Nacional

+ Modelo de Analisis de la Programación - -
Televisiva para elaborar nuevas pautas
de producción audiovisual.

Proyecto 5: Formación de Profesores-Investigadores

+ Relación de intercambio de investigado-

MECANICA DEL ENCUENTRO:

El contenido del encuentro será el vértice de 5 grupos de trabajo que funcionarán desde estas fechas hasta el momento de realización del mismo.

Después de la presentación y discusión de la ponencia central, en las 5 mesas restantes se presentarán simultáneamente 5 conferencias centrales que serán el fruto de los talleres de trabajo respectivos para cada mesa.

Después de esta conferencia guía se expondrán todos -- los trabajos restantes que se hayan inscrito sobre la temática específica de cada problema.

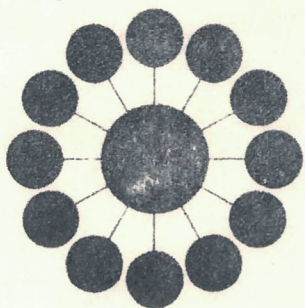
La discusión de cada mesa abordará el diagnóstico del problema, el debate sobre el mismo, y las propuestas pertinentes - de cada caso.

^A
22-25 Abril
Fecha : última semana de ~~mayo~~ de 1986

Sede: Universidad Iberoamericana de León Guanajuato, con apoyo de la U.I.A. de Puebla y D.F.

Comisión Organizadora: Nombramiento de una comisión ejecutiva especial para la coordinación del evento. es-

CCC
AI
0250



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

COMITE COORDINADOR

Guadalajara, Jal., Marzo de 1984.

Como usted recordará, el año pasado la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social publicó un Reporte sobre la Formación Profesional de los Comunicadores Sociales en América Latina. Este reporte ha recibido una buena acogida, sin embargo predominantemente es un listado con datos estadísticos que no nos permite profundizar mucho. Por esta razón la FELAFACS continua con este trabajo y está embarcada en obtener información más relevante sobre cada una de las escuelas.

El objetivo general que se ha fijado para esta investigación es desarrollar un estudio de carácter descriptivo y de diagnóstico sobre el estado de la docencia de la comunicación, que permita obtener una visión crítica, global y completa del estado actual de varios de sus aspectos.

El encargado para México, de hacer este levantamiento de información, es el CONEICC. Para lo cual es necesario aplicar una encuesta a cada una de las escuelas del país. La responsable es la Lic. Ma. Eugenia Rosas Montejano, quien se comunicará con usted para hacer una cita, le suplico por favor que la atienda.

De antemano quiero agradecer muy cumplidamente las molestias que se tome para proporcionar esta información. Quisiera insistir en que sus respuestas tienen mucho valor; desgraciadamente la información incompleta no nos es útil. Por eso, le suplico de la manera más atenta que haga un esfuerzo para que podamos tener toda la información.

Reitero mi agradecimiento

A T E N T A M E N T E

Lic. Cristina Romo de Rosell
Presidenta



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO
División de Ciencias Sociales y Humanidades
Calzada del Hueso 1100. México 22, D.F.

Marzo 12, 1985

ESTIMADO COLEGA:

El Comité de Investigadores del CONEICC, se ha propuesto entre sus objetivos fundamentales formar un directorio de investigadores, con sideramos que será de mucha utilidad para todos los miembros del Consejo conocer los temas que cada investigador está desarrollando para propiciar el intercambio de experiencias, como una manera de facilitar y fomentar la investigación en comunicación.

Para alcanzar este objetivo estamos enviando a cada una de las escuelas miembros del CONEICC, un breve cuestionario para que sea distribuido entre los profesores investigadores de la institución. Cabe aclarar que este listado será publicado en los boletines informativos del CONEICC y de ALAIC, asimismo, será enviado a el CONACYT para difundir el trabajo de los investigadores.

El directorio será formado con los cuestionarios que hayamos recibido antes del día 30 de abril de 1985.

Les agradeceré reproduzcan el cuestionario según el número de investigadores en su institución, los distribuyan y nos los envíen resueltos a:

Lic. Carmen de la Peza
Coordinadora de la Carrera de
"Ciencias de la Comunicación "
Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco
División de Ciencias Sociales y
Humanidades
Calzada del Hueso # 1100
Col. Villa Quietud, Coyoacán
C.P. 04980
MEXICO, D.F.

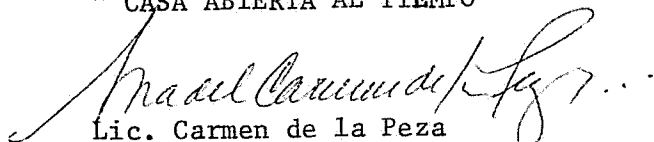
###

Esperamos contar con su colaboración, que a la vez redundará en beneficio de todos nosotros.

Sin más por el momento, quedo de usted.

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

" CASA ABIERTA AL TIEMPO "



Lic. Carmen de la Peza
Coordinadora de la Carrera de
Ciencias de la Comunicación
Miembro del Comité de Investigación del CONEICC.

CCC
AI
0258

1

PROYECTO DE INVESTIGACION

FORMACION DE RECURSOS HUMANOS

EN COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

CONEICC

MARZO DE 1988

I. INTRODUCCION

La comunicación es hoy un tema recurrente entre los distintos actores de la vida social y referente de diversas prácticas, que comprometen a un número creciente de individuos e instituciones. Su presencia e importancia en diferentes campos de la actividad social es insoslayable. Al mismo tiempo que la comunicación se presenta como fenómeno multiforme que incide cada día sobre más aspectos de la vida cotidiana, se ha constituido en objeto de investigación desde diversas perspectivas, en carrera universitaria de cuantiosa matrícula, en una serie de actividades profesionales especializadas, en una demanda social de diversos sectores y en un argumento político de las cúpulas de poder.

La idea general que orienta este proyecto es que a pesar de la importancia y la interdependencia que han mantenido las estructuras teóricas, investigativas, universitarias y profesionales en su desarrollo alrededor de la comunicación, las prácticas respectivas no se articulan armónica ni consistentemente entre sí. Por el contrario, cada una de ellas da lugar a vinculaciones diversas con distintos elementos extra comunicacionales de la dinámica social.

Esta desarticulación limita la posibilidad de una planeación estratégica que oriente las prácticas profesionales hacia proyectos de comunicación con posibilidad de potenciar procesos de transformación encaminados a favorecer un modelo de desarrollo social que contemple la democratización como factor constitutivo del mejoramiento de la calidad de vida de la población.

La preocupación central que impulsa este proyecto de investigación cuenta, entre sus antecedentes, con la primera reunión del Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC), realizada en París en junio de 1981, donde se resaltó la importancia de considerar el "factor humano" antes de recomendar proyectos para el desarrollo de las comunicaciones. Esto significa que cualquier acción propositiva encaminada a promover el desarrollo de las comunicaciones requiere el conocimiento de las características de las prácticas comunicativas ejercidas por los profesionales del ramo, pues será a partir de ésta que se puedan iniciar las primeras acciones. En la región latinoamericana, y particularmente en México, la construcción de un conocimiento sistemático sobre el campo profesional de las comunicación y las prácticas que se insertan en él, no ha sido, hasta ahora, una tarea prioritaria.

En la segunda reunión del Consejo Intergubernamental del PIDC, realizada en Acapulco en enero de 1982, el análisis de las condiciones para el desarrollo de las comunicaciones en América Latina condujo, entre otras, a las siguientes conclusiones:

"Todos los países de la región carecen de personal calificado suficiente en materia de comunicación, en todos los niveles y esferas de actividad. Por tanto, es necesario centrar los esfuerzos en la formación en los recursos humanos para la comunicación al servicio del desarrollo".

"Asimismo, es importante que los responsables gubernamentales encargados de la programación general del desarrollo proceden planteamiento de la comunicación y a la formulación de políticas bien definidas en la materia".

En esta reunión se definió como prioridad número uno para América Latina y el Caribe la formación y perfeccionamiento de profesionales de la comunicación. También se destacó dentro de las prioridades la necesidad de desarrollar la investigación interdisciplinaria con enfoques adaptados al medio sociocultural y económico de la región así como el desarrollo de la comunicación.

La revisión de estas conclusiones resulta interesante en relación con el hecho de que en esas fechas se aceleraba marcadamente el crecimiento del número de escuelas universitarias de comunicación en 1981 existían 163 en América Latina y cinco años después se contaba con 209.

Frente a esta paradójica situación, la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), asumió la tarea de diagnosticar la situación de las escuelas de comunicación de la región, con el propósito de encontrar los medios que permitieran mejorar la enseñanza y acortar las distancias entre la educación y el desarrollo social. Entre las conclusiones más relevantes de este estudio encontramos que:

"se habla de la necesidad de responder a problemas de desarrollo comunes a los países del área y de la urgencia de preparar profesionales que sepan analizar, comprender y descubrir los nuevos procesos de comunicación que se desarrollan al interior de nuestra sociedad. Sin embargo (...) se hace necesario comenzar a explicitar cuáles son las necesidades concretas de desarrollo y sobre todo de comunicación".

Evidentemente, ésta será una tarea en la que se deberá avanzar para lograr soluciones más reales y menos retóricas en la formación universitaria de comunicación social.

Por otra parte, en los estudios más recientes se presentó como la labor más urgente para las universidades, el análisis de las características predominantes y las tendencias de la profesión y su relación con el desarrollo de la enseñanza.

La constante evolución tecnológica que impacta el desarrollo y las posibilidades de la comunicación, así como la agudización de las contradicciones sociales en el continente, hacen imperativo el análisis objetivo y permanente de la profesión.

Las necesidades de comunicación en América Latina demanda hoy que los nuevos comunicadores conozcan y dominen los lenguajes de los diversos recursos de comunicación, que tengan suficiente capacidad de análisis crítico y que tomen conciencia de la urgencia de democratizar las comunicaciones a través de la participación de amplios sectores de la población.

Estas recomendaciones, entre otras encontradas en diversos estudios sobre el tema, coinciden en señalar la importancia de análisis sistemático y permanente sobre la contradicción entre la formación universitaria y las necesidades sociales.

Los argumentos anteriores expuestos sirven de base a la formulación del supuesto conceptual que orienta la presente investigación:

Las universidades pueden ser un factor importante en la transformación de las prácticas comunicativas, en beneficio no sólo de los profesionales sino de amplios sectores de la población.

El contenido de este proyecto de investigación surge después de un año de trabajo, en que el equipo responsable avanzó en la revisión, evaluación y análisis de los estudios previos realizados sobre el tema, conformando como su-producto una sistematización útil en sí mismo. Se consideraron 75 ensayos, investigaciones, ponencias y artículos que se han ocupado de la investigación, la formación universitaria y las prácticas profesionales de la comunicación en México.

Los resultados expuestos de estos estudios, sus puntos de llegada, son para el presente proyecto puntos de partida, para constituirse en momentos continuos de un proceso permanente de reflexión.

Al mismo tiempo, se ha avanzado en el trabajo de elaboración de los instrumentos de análisis metodológico que serán aplicados, para su ajuste y conformación definitiva en el transcurso de la investigación.

Todo lo anterior se debatió en dos reuniones con expertos nacionales e internacionales, de manera que se pudieran precisar las necesidades metodológicas, las formas de abordaje teórico y las dimensiones mismas del proyecto, con el propósito de adelantar eficientemente en aquellos vacíos de conocimiento que han dejado las investigaciones realizadas hasta hoy.

II. MARCO DE REFERENCIA.

El análisis documental emprendido permite afirmar con toda claridad que abordar la problemática de la formación univesitaria de comunicadores implica partir, antes de todo, de su insercción social, lo que define a cada estructura académica como una mediación de determinadas necesidades sociales y ciertos procesos formativos. No hay actividad educativa explicable en sí misma, independiente de las condiciones y los fines sociales, implícitos y explícitos, desde y para los cuales se instituye.

La insercción social de la formación de comunicadores como factor fundamental de diagnóstico, impone la consideración de las múltiples articulaciones que operan entre el sistema de educación superior, y cada una de las instituciones que lo forman, y otras instituciones sociales y estructuras, como los campos de trabajo, las instancias reguladoras gubernamentales y civiles, los sectores sociales demandantes de servicios y satisfactores y las organizaciones profesionales.

Las funciones sociales de los sujetos inscritos en estas estructuras articuladas e institucionalizadas -prácticas sociales que favorecen o dificultan determinadas dinámicas de desarrollo- son concreciones de procesos históricos complejos y muchas veces contradictorios entre sí, en que los factores individuales explican sólo una parte de los resultados reales.

Por ello es particularmente relevante el concepto de profesión, como estructura de relaciones en que confluyen los procesos de formación de recursos humanos especializados en las universidades y las prácticas sociales de comunicación en que se concretan las demandas y necesidades de diversos sectores y las actividades tendientes a atenderlas.

La comunicación es el proceso que relaciona a dos o más sujetos -individuales o colectivos-, permitiendo la producción en común de sentido acuerdo con reglas convencionales en un contexto sociocultural determinado, en que el proceso se constituye como prácticas de significación. Por tanto, ha de asumirse la intervención de los comunicadores en la dinámica social como un trabajo desempeñado en función de un proyecto determinando -al cual las reglas convencionales le son funcionales- que incide sobre la significación que los agentes sociales elaboran sobre su realidad y que utiliza para ello ciertos instrumentos, conocimientos, habilidades y destrezas. Este trabajo es conformado, por la estructura de relaciones que conforma la profesión del comunicador y, a su vez, incide en esa estructura de relaciones.

Como ha escrito Pablo Latapi,

"una profesión no es la prestación de un servicio de un individuo a otro individuo. Es un conjunto de relaciones estables entre hombres con necesidades y hombres con la capacidad de satisfacerlas. Por esto las profesiones adquieren modos de funcionamiento acordes con la formación social en que están insertas".

Puede afirmarse que la formación universitaria de comunicadores sociales ha tendido como eje de referencia fundamental, no sólo en México sino en toda Latinoamérica, a los medios masivos, cuyo funcionamiento y desarrollo se explican también en función del papel que han desempeñado en la formación social de México contemporáneo. Tal eje ha sido objeto de fuertes polémicas académicas y políticas y, por tanto, la referencia a él por parte de las escuelas de comunicación no ha sido homogénea.

Se ha fluctuado desde la alianza abierta hasta la descalificación total. Pero sin duda, la dependencia del intelecto universitario ante la práctica funcional de los medios ha prevalecido. Las consecuencias empobrecedoras de la polarización de las visiones acriticas sobre la operación real de los medios y sus funciones sociales han sido, entre otras, la reducción de la Teoría de la Comunicación al mero estudio superficial de los medios y sus funciones sociales -adulatorio o condenatorio-; la desintegración de la teoría y la práctica; y, la falta de solidez en las respuestas ante los retos políticos, tecnológicos, económicos, sociales, culturales e ideológicos-informativos que la crisis ha puesto frente a los comunicadores.

Nuevamente Latapi ofrece pautas de interpretación:

"Cada profesión tiene un específico modo de producción de sus servicios; un perfil de funciones que corresponden a determinados sectores sociales; una implícita jerarquía de las necesidades humanas; una ideología subyacente que le dicta sus normas, sus valoraciones y conductas; una pauta para dividir y especializar sus servicios; y una manera correcta de relaciones con otras profesiones afines.

Todos estos elementos constituyen a la profesión en estructura de relaciones y hacen que "dejada al libre juego del mercado", refuerce el actual sistema de diferenciación de clases y distribución del poder".

Dentro de cada uno de los campos profesionales que pueden indentificarse para la comunicación, se ubican prácticas en transición, predominantes y emergentes de diversas relevancias socio-profesionales, y diferentes composiciones operativas que permite identificar y evaluar las prácticas concretas con respecto a condiciones y necesidades sociales específicas.

Es evidente que la profesión del comunicador deberá investigarse, relevarse, desde la concreción de sus prácticas dentro de la específica formación social del país, ya que ésta fija límites y establece parámetros en lo económico, lo político, lo social y lo cultural; también, por ende, en lo profesional

Es ahí donde pueden encontrarse explicaciones para las contradicciones, diversidades y representaciones de la profesión

del comunicador, sobre los modelos de funcionamiento que establece, y sobre las jerarquías de necesidades sociales a las que trata de atender, y que definen su aportación al desarrollo.

Desde la perspectiva de este proyecto, es de particular importancia revisar a fondo las condiciones en que se ha venido trabajando en las escuelas de comunicación a partir de un conocimiento sistemático de las características de la estructura en que se insertan las contribuciones de los profesionales -desde las diversas posiciones que ocupan en el campo de trabajo- al desarrollo nacional.

El concepto de desarrollo adoptado implica fundamentalmente

la participación democrática de la población en los procesos de cambio para solucionar eficientemente los problemas que la afectan y para mejorar su calidad de vida con justicia. Supone la satisfacción de las necesidades básicas de la población (alimentación, salud, vivienda, educación, trabajo, recreación, etc.) y la capacidad de crecimiento económico autosostenido, partiendo del principio de respeto a las diferencias culturales y a los derechos humanos.

En función de este concepto de desarrollo, se determinan las necesidades de comunicación, la aportación profesional de satisfactores, y los elementos de transformación de las prácticas sociales sobre las cuales las universidades pueden incidir a través de la formación de comunicadores.

Si la función social de los profesionales de la comunicación es precisamente mediar entre las necesidades de comunicación y

sus satisfacción, en una formación social y en un momento determinados, una contribución importante de este proyecto debe pasar por la indentificación y reorientación de los factores que constituyen la profesión de los comunicadores y la relación que guardan con la formación universitaria.

De esta manera se podrá aportar un conocimiento concreto del que se carece en el país, que facilite la transformación y reorientación deseables y posibles de las prácticas comunicacionales hacia un mejor estado de desarrollo nacional; más aún, considerando tanto la crisis por la que se atraviesa como el crecimiento acelerado del número de escuelas, alumnos y egresados universitarios del área.

III. OBJETIVOS GENERALES.

1. Caracterizar la estructura social que regula las prácticas profesionales de la comunicación, determinar sus principales elementos y articulaciones con el proceso general de desarrollo vigente en la formación social del México contemporáneo.

1.1 Identificar los cambios tecnológicos, políticos y culturales que afectan a las prácticas comunicativas. Cuáles son sus efectos sociales y sus consecuencias en la profesión.

1.2 Detectar aquellas prácticas de comunicación cuya vinculación con las dinámicas sociales puede apoyar procesos de transformación social para el desarrollo. De qué manera puede privilegiarse estratégicamente una intervención profesional sobre estas prácticas.

2. Definir los campos de desarrollo de las prácticas profesionales de la comunicación, caracterizando los espacios sociales que marcan sus tendencias en transición, dominantes y emergentes, en la formación social del México contemporáneo.

2.1 Identificar los factores de legitimación social de las prácticas profesionales de comunicación y la relación de éstas con otras estructuras y agentes sociales.

2.2 Establecer las condiciones para la reorientación de las prácticas profesionales privilegiadas estratégicamente para el desarrollo deseable.

3. Promover las estrategias de estructuración y planificación de los procesos formativos universitarios que permitan una vinculación eficiente de los profesionales con las prácticas de comunicación privilegiadas para el desarrollo deseable.

3.1 Analizar la orientación curricular vigente en las escuelas en relación con la estructura profesional y las prácticas sociales de comunicación, y con la metodología educativa en operación.

3.2 Elaborar y promover modelos de reorientación curricular para la formación universitaria de profesionales capaces de impulsar las prácticas privilegiadas estratégicamente.

IV. HIPOTESIS GENERALES.

1. La estructura de la profesión en la comunicación y las vinculaciones que establece con prácticas de grupos y sectores sociales diversos impone a la inserción de los profesionales mexicanos una gama muy variada de condiciones y posibilidades de incidencia sobre el desarrollo, en cada uno de los campos que la constituyen.

2. Es posible identificar prácticas profesionales de comunicación que por su vinculación con otras prácticas sociales, pueden incidir eficazmente en procesos de desarrollo y por tanto privilegiarse estratégicamente.

3. Ciertas prácticas profesionales, y no el conjunto de la estructura profesional, tiende a orientar los procesos de formación universitaria.

4. El diseño y evaluación curricular en las escuelas de comunicación, cuando existen como tales, son inadecuados para el logro de los objetivos que las mismas escuelas declaran.

V. MARCO METODOLÓGICO.

El reto fundamental de este proyecto de investigación es la detección de las relaciones existentes entre las siguientes categorías:

PROCESOS DE DESARROLLO

PRACTICAS PROFESIONALES DE COMUNICACION

PRACTICAS PROFESIONALES DE COMUNICACION PRIVILEGIABLES

PROCESO DE FORMACION UNIVERSITARIA

Cada una de estas categorías, que refieren a diversos niveles de realidad social, de acuerdo al marco de referencia adoptado, se define conceptualmente de la siguiente manera:

Los procesos de desarrollo son aquellos procesos de cambio social que implican la participación democrática de la población para solucionar los problemas que le afectan y para mejorar su calidad de vida con justicia, eficacia y eficiencia; suponen la satisfacción de las necesidades básicas y la capacidad de crecimiento económico autosostenido, con respeto a las diferencias culturales.

Las prácticas profesionales de Comunicación son las intervenciones concretas de los comunicadores en la dinámica social con un trabajo, en función de un proyecto o visión del mundo determinado, que incide sobre la significación que los agentes elaboran sobre su realidad y que utiliza para ello ciertos instrumentos, conocimientos, destrezas y habilidades como recursos y dentro de los límites estructurales de la profesión.

Dentro de éstas, las prácticas profesionales de comunicación privilegiadas, por su valor estratégico en función del desarrollo deseable, deberán ser definidas a partir de las necesidades sociales de comunicación insatisfechas y aquellas que inciden con especial fuerza en otros procesos sociales; por ejemplo, necesidades de información clara y oportuna, de expresión de las distintas clases y corrientes ideológicas, de organización y eficiencia en la producción y en el consumo, de conducción de esfuerzos y de solidaridad, de extensión y generación de bienes culturales, etc.

Los procesos de formación universitaria son el conjunto de planes, programas y actividades encaminados a propiciar que los sujetos adquieran conocimientos, habilidades, valores y actitudes tendientes al logro de los objetivos trazados por la institución en que se inscriben.

La complejidad y extensión de la investigación a realizar dentro de este proyecto hace necesario delimitar y precisar las categorías y niveles en que será abordado.

El esquema básico de la investigación es:

NIVEL I PROCESO FORMATIVO

Relación correspondencia/contradicción.

Vacios, etc.

Expectativas sociales respecto al
de la universidad.

Relación entre producción/reproducción
de prácticas profesionales y la
universidad.

NIVEL II PRACTICAS PROFESIONALES LEGITIMADAS

Relación correspondencia\contradicción.

Expectativas sociales respecto a esas prácticas.

NIVEL III PRACTICAS SOCIALES-PRACTICAS COMUNICATIVAS

Espacios de la realidad que al transformarse inciden en las prácticas comunicativas y viceversa.

VI.-DISEÑO METODOLÓGICO DEL NIVEL I.

Este será el punto de partida para el trabajo de diagnóstico, y será, asimismo, el punto de llegada más concreto del proyecto, aquél en el que se pretende incidir con propuestas específicas de transformación.

Objetivos Específicos:

1. Proponer un modelo de evaluación-planeación curricular como proceso continuo e integral que permita privilegiar las prácticas profesionales encaminadas a la promoción del desarrollo.

2. Definir las características de la enseñanza de la comunicación como elemento vinculado a las prácticas profesionales.

Interrogantes:

Cuáles prácticas sociales de comunicación están más representadas en el curriculum y en qué medida el perfil del egresado coincide con esas prácticas.

Qué tipo de prácticas profesionales privilegian en el curriculum.

Cuál perspectiva o concepto del desarrollo se asume.

Cómo se vincula el modelo político de desarrollo dominante.

A qué concepto de comunicación se hace referencia en el curriculum.

A qué demandas sociales se pretende responder. Cómo son interpretadas las necesidades sociales.

Cómo se vincula la universidad con su entorno social.

Qué expectativas tienen los alumnos.

Cómo evalúa la universidad su validez social y cómo es evaluada por la sociedad.

Cómo se aborda la investigación en el curriculum.

Qué tendencias presenta el perfil del alumnado.

Cómo son asumidas las tensiones ciencia\arte, formación general\formación especializada, humanismo\técnica, cultura letrada\cultura audiovisual, curriculum\práctica profesional, alumnos\práctica educativa, necesidades del campo de trabajo\demanda del mercado profesional, expectativas estudiantiles\finas de la institución.

Hipótesis

1. Las escuelas de comunicación han enfocado sus esfuerzos a la satisfacción de las necesidades de un modelo de desarrollo (hegemónico), que elimina su eficacia potencial (a partir de su capacidad crítica) en función de otro modelo de desarrollo (alternativo).
2. La formación universitaria tiende a desvincularse de las prácticas profesionales.
3. En las escuelas de comunicación hay tensiones entre la formación de una conciencia crítica y la capacitación técnica, manifiestas en el desequilibrio entre el énfasis en la transformación y el énfasis en la profesionalización eficientista.
4. La formación de comunicadores universitarios se ha desarrollado bajo un patrón de dependencia con respecto a las necesidades de los medios masivos.
5. La formación de comunicadores universitarios tiende a privilegiar la capacitación técnica especializada, en detrimento de la formación general socio-humanística, generando profesionales más preocupados por lo instrumental que por el contenido de la comunicación.

Objetivos terminales.

Como resultado del análisis del proceso educativo, más allá de contribuir con elementos básicos para el análisis de los otros niveles de esquema propuesto, el Nivel I del proyecto aportará como productos terminales de valor intrínseco para las escuelas:

Un diagnóstico de la enseñanza de la comunicación en México.

Una propuesta metodológica para la planeación-evaluación curricular.

Propuesta para la incorporación de modificaciones en los currícula de las escuelas.

Delimitación de la muestra.

Con objeto de avanzar en el análisis y aportar elementos al desarrollo del proyecto completo, se partirá de la información proporcionada por las propias universidades en donde se desarrolla la formación de comunicadores.

El número total de tales instituciones es de 78 en México actualmente (anexo I), y sus características varían ampliamente en cuanto a régimen legal (públicas-privadas), ubicación geográfica, antigüedad y tamaño, número de egresados, sus organizaciones académicas y planteamientos curriculares. Sin embargo, se considera que realizando la primera etapa de esta investigación en las siguientes diez instituciones, se contará con una muestra suficientemente significativa en función de los objetivos:

<u>Institución:</u>	<u>Carácter y año de Fundación:</u>	
Escuela de Periodismo Carlos Septiën Garcia	Privada	1949
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Privada	1971
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	Privada	1967
Universidad Anáhuac	Privada	1970
Universidad Autónoma de Nuevo León	Pública	1974
Universidad Autónoma de Sinaloa	Pública	1974
Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco	Pública	1974
Universidad Iberoamericana (D. F.)	Privada	1960
Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	Pública	1951
Universidad Veracruzana	Pública	1954

Además de estar entre las 16 instituciones con más de diez años de antigüedad y de sumar conjuntamente más del 80% de los alumnos y de los egresados mexicanos, la mitad de ellas funcionan en la ciudad de México y la otra mitad en otras ciudades del país (Veracruz, Mazatlán, Monterrey, Guadalajara), la mitad son públicas y la mitad privadas, en ellas se encuentran representadas las principales especializaciones que ofrecen en el país, y cada una ha desarrollado un proyecto académico con características institucionales, pedagógicas y profesionales muy precisas que han servido de modelo a otras escuelas y facultades de comunicación.

Análisis de las Instituciones.

Se plantea la elaboración de un análisis de la estructura institucional en que se inscriben los programas de formación de comunicadores: la filosofía educativa y la estructura normativa interna, en el marco de la autodefinition de cada universidad, respecto de su función social como tal. Este análisis se complementará con un análisis histórico de la formación de comunicadores y la influencia que la universidad tiene o ha tenido.

Se trabajará a partir de los siguientes indicadores:

Procesos Académicos

Objetivos educativos.

Sistema Institucional.

Estrategias didácticas.

Estrategias de Evaluación Institucional.

Recursos Académicos

Materiales: Instalaciones,

Bibliografía, apoyos didácticos.

Autoridades: administrativas y Académicas.

Personal Docente (número y características, formación y evaluación).

Alumnos (número y características, condiciones de ingreso, expectativas, evaluación, deserción).

Investigación

Proyecto Marco Institucional.

Proyectos específicos.

Recursos humanos y materiales.

Destino de las investigaciones.

Evaluación.

Análisis Curricular.

Se realizarán dos tipos de análisis: uno utilizando las técnicas de cuestionario o entrevistas a directivos, profesores, alumnos y egresados y el análisis documental de planes y programas, trabajos recepcionales, investigaciones y otros documentos; asimismo, se llevará a cabo un análisis cualitativo, a través del instrumento de operacionalización del diseño y evaluación curricular, de dimensiones y variables (ver anexo 2).

El Análisis tendrá como indicadores:

Nombre de la carrera y especialidades.

Duración y créditos.

Servicio Social.

Tipos de Investigación.

Administración de tiempo, recursos, aulas.

Apoyos didácticos.

Formas de Evaluación.

Metodología de enseñanza-aprendizaje.

y toda la información documental que se presentan en los planes y programas de estudio.

Se pondrá especial cuidado en el análisis de la conceptualización que la institución hace a cuanto a:

Objetivos Generales.

Perfil Profesional.

Conceptos de Comunicación.

Concepto de Curriculum.

Relación con la sociedad.

Necesidades Sociales que se pretende atender.

Concepto de Profesión.

Concepto de Campo de Trabajo.

VII. DISEÑO METODOLÓGICO DEL NIVEL II.

Objetivos Específicos:

1. Identificar las características del ejercicio profesional de los egresados universitarios con el fin de apoyar la estrategia de formación profesional que promueva una práctica orientada a la satisfacción de las necesidades de desarrollo.

2. Identificar el impacto real que la enseñanza universitaria tiene sobre el ejercicio profesional.

3. Analizar la correspondencia entre el diseño curricular, la práctica educativa y el ejercicio profesional.

4. Detectar la dinámica de las prácticas profesionales en sus tendencias en transición, dominantes y emergentes.

5. Determinar la valoración social asignada a las prácticas profesionales de la comunicación.

6. Sistematizar las prácticas profesionales en términos de sus objetivos a metas.

7. Detectar las agencias legitimadoras y las prácticas legitimadas en la profesión.

Interrogantes:

Cuáles son las habilidades técnicas mínimas que reclama el ejercicio de la profesión.

Cómo se relaciona la profesión con las diversas prácticas comunicativas institucionalizadas como tales.

Cuál es la jerarquía implícita de necesidades sociales que sustentan las diversas prácticas, según los propios profesionales.

Cuál es el modo específico de producción de los servicios profesionales. Cómo se establecen rutinas e innovaciones.

Hacia qué sectores sociales están orientadas las prácticas profesionales.

Cómo se define la ideología profesional de los comunicadores y qué tipo de normas, valores y conductas determina.

Cómo se tipifican o presentan las diferencias y divisiones entre las distintas prácticas.

Cuál es la forma de relación con otras profesiones.

Cuáles son las formas de organización profesional y que valor social representan las asociaciones.

Qué condiciones tiene la valoración social de las diversas prácticas profesionales de la comunicación.

Cuál es la especificidad de la práctica profesional universitaria en relación con las prácticas profesionales egresados de otras disciplinas o de los autodidactas.

Hipótesis

1. La conformación proveniente del campo profesional es un factor determinante de las prácticas profesionales y, en consecuencia, de la formación universitaria.

2. El egresado universitario tiende a recuperar los elementos de formación general básica recibidos en la universidad sólo después de haber demostrado su habilidad técnica.

3. La inserción en prácticas sociales hegemónicas genera una más clara legitimación profesional que la inserción en prácticas alternativas o emergentes.

4. La estructura profesional de los comunicadores está segmentada en correspondencia con la segmentación del mercado de trabajo.

5. Existen escasos medios de contacto entre los profesionales ubicados en diversas áreas del campo profesional, lo cual contribuye al aislamiento y la fragmentación de las prácticas.

Objetivos terminales:

Como resultado del análisis de las prácticas profesionales, además de contribuir con elementos de conocimiento a los otros dos niveles del esquema propuesto, el nivel II del proyecto aportará como productos terminales:

Un diagnóstico sobre las prácticas profesionales de los comunicadores universitarios en México.

Una propuesta metodológica de seguimiento de egresados para ser instrumentado como proceso continuo en las universidades.

Recolección de información.

Se pretende detectar a los egresados universitarios con el fin de sistematizar y categorizar las prácticas profesionales. Esta etapa presentará las mayores dificultades de implementación, ya que, de acuerdo a los antecedentes revisados, las instituciones no cuentan con información sobre sus egresados, lo cual obliga a que el proyecto parta de la recopilación de la información más elemental.

Los pasos previstos, en consecuencia, incluyen:

1. Entrevistas con los directivos de cada una de las instituciones seleccionadas con el fin de incorporarlas en la realización del proyecto, a través de la asignación de uno o varios profesores que se convertirán en corresponsables internos de la recuperación de la información.

2. Recopilación de la información disponible en la universidad sobre sus egresados de comunicación, al menos:

Relación de egresados por generación.

Distribución por sexo y edad.

Especializaciones académicas.

Relación de egresados titulados.

Direcciones y teléfonos de egresados.

3. Elaboración de un fichero de egresados universitarios en comunicación, a través de la localización telefónica y la obtención de información sobre el trabajo actual (empresa y puesto), estudios de especialización o posgrado cursados, otras informaciones no obtenidas en el paso anterior, y la localización de otros egresados por el sistema de cadena.

4. Sistematización de la información a través de la elaboración de un primer análisis global del conjunto de las prácticas profesionales de los comunicadores universitarios.

5. Análisis de tendencia, tomados en cuenta el número de egresados por año, distribución por sexos, edades y sectores sociales de procedencia; tendencias en las especializaciones; niveles de titulación y temáticas de los trabajos terminales; distribución y movilidad geográfica; tipificación de las prácticas profesionales en cuanto a la distribución por sectores, por niveles en la organización, por especialidades y por funciones.

6. Análisis del campo de trabajo, determinando una muestra a partir de la información recabada en las etapas previas. Se analizarán las características específicas de las prácticas

profesionales de los egresados universitarios a partir de su objeto de trabajo, los instrumentos o procesos empleados en sus ejercicio el espacio social al que se destina el producto de su trabajo, la función que desempeña, las operaciones que articulan su actividad y el ambiente en que se ejerce la profesión.

Análisis del Campo de Trabajo.

1. A partir de la muestra seleccionada, se elaborará una guía de entrevistas que permita obtener información directa y específica de los egresados. Los indicadores básicos serán:

Función y propósitos de la práctica desempeñada.

Destinatarios del trabajo: necesidades que atiende.

Recursos técnicos necesarios.

Recursos analíticos necesarios.

Nivel de preparación exigido.

Condiciones laborales: salario, prestaciones, condiciones físicas, duración promedio en el puesto, promoción, libertad y creatividad permitidas, etc.

Mecanismo de selección: escolaridad, sexo, edad, experiencia previa, etc.

Aplicación de conocimientos universitarios.

Ubicación social de la empresa o institución: pública, privada, descentralizada, social; rama económica, dimensión, estructura organizacional, fines, etc.

Práctica profesional no-universitaria: profesionales no egresados de programas de comunicación o autodidactas que realizan las mismas funciones, ocupan los mismos puestos o ejercen en el mismo espacio laboral. Formación básica de origen, razones de la actual ubicación relación con comunicadores universitarios, conceptualización de su ejercicio profesional, tiempo de ejercicio en el campo de la comunicación.

2. Se realizará un análisis cuantitativo de la información recabada sobre las prácticas profesionales, en torno a:

Condiciones laborales.

Distribución por tipos de prácticas, según sectores, funciones y procesos técnicos.

Nivel de preparación para el trabajo.

Concepción ético-políticas de la profesión.

Caracterización de las necesidades sociales atendidas.

3. Se elaborará también un análisis, ordenando la información según la clasificación de espacios en que se ubican las prácticas profesionales:

Instituciones Megemômicas. Partido, Iglesias, familia, Escuela, etc.

Aparatos Gubernamentales. Instituciones oficiales.

Industria Cultural.	Medios Masivos.
Organizaciones Sociales.	Grupos sociales intermedios.
Espacios Cotidianos.	Barrios, Casa, Plaza.

4. La tipificación de las prácticas profesionales puede también categorizarse por la relación entre ámbitos sociales de ubicación (Público, Intermedio o Interpersonal) y grupos sociales destinatarios (personas, grupos o públicos amplios), que de manera simple pueden organizarse en tres categorías homogéneas.

Análisis de la Legitimación de la Profesión.

Para realizar este análisis se partirá de la información proporcionada por las entrevistas y los documentos que al respecto existan, con los siguientes indicadores:

Registro en la Dirección General de Profesiones.

Legislación vigente sobre el ejercicio profesional.

Acreditaciones y licencias reglamentarias.

Agencias, espacios e instituciones que otorgan reconocimiento a las prácticas.

Formas de organización gremial, profesional, laboral: número de organizaciones, caracterización y objetivos, estatutos, número de agremiados, actividades, peso y función social desempeñada. Ideologías profesionales.

VIII. DISEÑO METODOLÓGICO DEL NIVEL III.

Los elementos de diagnósticos correspondientes a los dos niveles anteriores, el referido a la enseñanza de la comunicación y el relativo a las prácticas profesionales, habrán de articularse e interpretarse en este tercer nivel. Las prácticas sociales y las prácticas comunicativas y su vinculación con los procesos de desarrollo plantean la tensión entre el modelo de desarrollo hegemónico en la sociedad y el modelo de desarrollo que se pretende, y en el cual resaltan los factores de participación democrática y crecimiento económico.

La inserción social de las prácticas profesionales de los comunicadores y de los procesos de formación universitaria impone los parámetros dentro de los cuales habrán de integrarse los elementos de diagnóstico sobre la situación actual y las reorientaciones estratégicas de las prácticas que las conclusiones del proyecto señalen como privilegiables en función del concepto de desarrollo adoptado.

Objetivos Específicos.

1. Identificar las características del modelo de desarrollo vigente en el país y su concreción en las prácticas comunicativas, así como el grado en que las determina.

2. Detectar las prácticas comunicativas cuya vinculación con los procesos sociales es de tal manera significativa que puedan apoyar movimientos de transformación social para el desarrollo.

3. Establecer estrategias de legitimación de las prácticas comunicativas señaladas como privilegiadas, tanto entre los profesionales como en las escuelas de comunicación.

Interrogantes:

El análisis de la práctica profesional en cuanto a:

- Nivel de incidencia en los procesos de desarrollo y en la solución de los problemas nacionales.
- Qué tanto retomaran los diferentes elementos del modelo de desarrollo planteado.
- En qué medida y con qué eficacia son abordados por las prácticas profesionales los ámbitos económicos, políticos, sociales y culturales del país:

Económico	Crecimiento, desarrollo tecnológico, PIR, salario, etc.
Político	Participación social, democracia, formas de organización civil, etc.
Social	Niveles de vida, vivienda, salud, seguridad, etc.
Cultural	Valores, actitudes y conductas.

-Identificar las características de las prácticas profesionales en cuanto mediadores entre la oferta y demanda de satisfactores de necesidades sociales, en función del tipo de interés que los origina.

PROYECTO: FORMACION DE RECURSOS HUMANOS EN COMUNICACION PARA EL
DESARROLLO

PRESUPUESTO CORRESPONDIENTE A LA CONTRIBUCION EXTERNA AL CONEICC

(EN MILES DE PESOS)

		TOTAL		1988	
		M/H		M/H	
1	PERSONAL DEL PROYECTO				
1.1	EXPERTOS INTERNACIONALES				
1.1.1	COMUNICACION Y DESARROLLO	4	9,200	1	2,300
1.1.2	EDUCAC. DE COMUNICADORES	4	9,200	1	2,300
1.1.3	EDUCACION Y DESARROLLO	4	9,200	1	2,300
1.1.4	INVEST. DE COMUNICACION	4	9,200	1	2,300
	SUBTOTAL	16	\$36,800	4	\$9,200
1.2	VIAJES OFICIALES (DE LOS EXPERTOS)		\$73,600		\$18,400
1.3	CONSULTORES LOCALES				
1.3.1	EDUCAC. DE COMUNICADORES	8	8,000	2	3,450
1.3.2	EDUCACION Y DESARROLLO	8	8,000	2	3,450
1.3.3	INVEST. DE COMUNICACION	8	8,000	2	3,450
1.3.4	COMUNICACION REGIONAL	16	16,000	6	10,350
	SUBTOTAL	40	\$69,000	12	\$20,700
	TOTAL DE PERSONAL	56	\$179,400	16	\$48,300
2	CAPACITACION Y EVENTOS		55,200		13,800
4	VARIOS (5% APOYO TECNICO Y ADMVO.)		\$11,730		\$3,105
	SUBTOTAL DEL PROYECTO				
	APORTACION EXTERNA TOTAL		\$246,330		65,205
	SOLICITUD A FUENTES INTERNACIONALES (TODO LO RELACIONADO CON EXPERTOS INTERNACIONALES)				\$115,920
	SOLICITUD A LA SEP (LO RELACIONADO CON CONSULTORES LOCALES Y PARA CAPACITACION				130,410

PROYECTO: FORMACION DE RECURSOS HUMANOS EN COMUNICACION PARA EL
DESARROLLO

PRESUPUESTO CORRESPONDIENTE A LA CONTRIBUCION EXTERNA AL CONEICC

(EN MILES DE PESOS)

	1989		1990		1991	
	M/H		M/H		M/H	
1						
1.1						
1.1.1	1	2,300	1	2,300	1	2,300
1.1.2	1	2,300	1	2,300	1	2,300
1.1.3	1	2,300	1	2,300	1	2,300
1.1.4	1	2,300	1	2,300	1	2,300
	4	\$9,200	4	\$9,200	4	\$9,200
1.2		\$18,400		\$18,400		\$18,400
1.3						
1.3.1	2	3,450	2	3,450	2	3,450
1.3.2	2	3,450	2	3,450	2	3,450
1.3.3	2	3,450	2	3,450	2	3,450
1.3.4	10	17,250				
	16	\$27,600	6	\$10,350	6	\$10,350
	20	\$55,200	10	\$37,950	10	\$37,950
2		13,800		27,600		
4		\$3,450		\$3,278		\$1,898
		72,450		68,828		39,848

EL COSTO DE LA REUNION DE EGRESADOS SE INCLUYE EN
EL RUBRO 2 (CAPACITACION Y EVENTOS), DE 1990.

PROYECTO: FORMACION DE RECURSOS HUMANOS EN COMUNICACION PARA EL
DESARROLLO

PRESUPUESTO CORRESPONDIENTE A LA CONTRIBUCION DEL CONEICC

(EN MILES DE PESOS)

		TOTAL		1988	
		M/H		M/H	
1	PERSONAL DEL PROYECTO				
1.1	PERSONAL DE APOYO				
1.1.1	SECRETARIA	16	8,000	4	2,000
1.1.2	SECRETARIA	16	8,000	4	2,000
1.1.3	SECRETARIA	16	8,000	4	2,000
	SUBTOTAL	48	\$24,000	12	\$6,000
1.2	CONSULTORES LOCALES				
1.2.1	COORDINADOR DEL PROYECTO	40	70,000	6	10,500
1.2.2	INVESTIGADOR TITULAR	40	70,000	6	10,500
1.2.3	INVESTIGADOR TITULAR	40	70,000	6	10,500
1.2.4	INVESTIGADOR ASISTENTE	190	190,000	60	60,000
	SUBTOTAL	310	\$400,000	78	\$91,500
	TOTAL DE PERSONAL	358	\$424,000	90	\$97,500
3	EQUIPO				
3.1	LOCALES Y EQUIPO DE OFICINA		\$85,000		25,000
4	VARIOS				
	(5% APOYO TECNICO Y ADMVO.)		\$25,450		6,125
	SUBTOTAL DEL PROYECTO				
	APORTACION TOTAL DEL CONEICC		\$524,450		128,625
	TOTAL DEL PROYECTO		\$780,780		193,830

PROYECTO: FORMACION DE RECURSOS HUMANOS EN COMUNICACION PARA EL
DESARROLLO

PRESUPUESTO CORRESPONDIENTE A LA CONTRIBUCION DEL CONEICC

(EN MILES DE PESOS)

	1989		1990		1991	
	M/H		M/H		M/H	
1						
1.1						
1.1.1	4	2,000	4	2,000	4	2,000
1.1.2	4	2,000	4	2,000	4	2,000
1.1.3	4	2,000	4	2,000	4	2,000
	12	\$6,000	12	\$6,000	12	\$6,000
1.2						
1.2.1	12	21,000	12	21,000	10	17,500
1.2.2	12	21,000	12	21,000	10	17,500
1.2.3	12	21,000	12	21,000	10	17,500
1.2.4	90	90,000	40	40,000		
	126	\$153,000	76	\$103,000	30	\$52,500
	138	\$159,000	88	\$109,000	42	\$58,500
3						
3.1		25,000		20,000		15,000
4						
		9,200		6,450		3,675
		193,200		135,450		77,175
		265,650		204,278		117,023