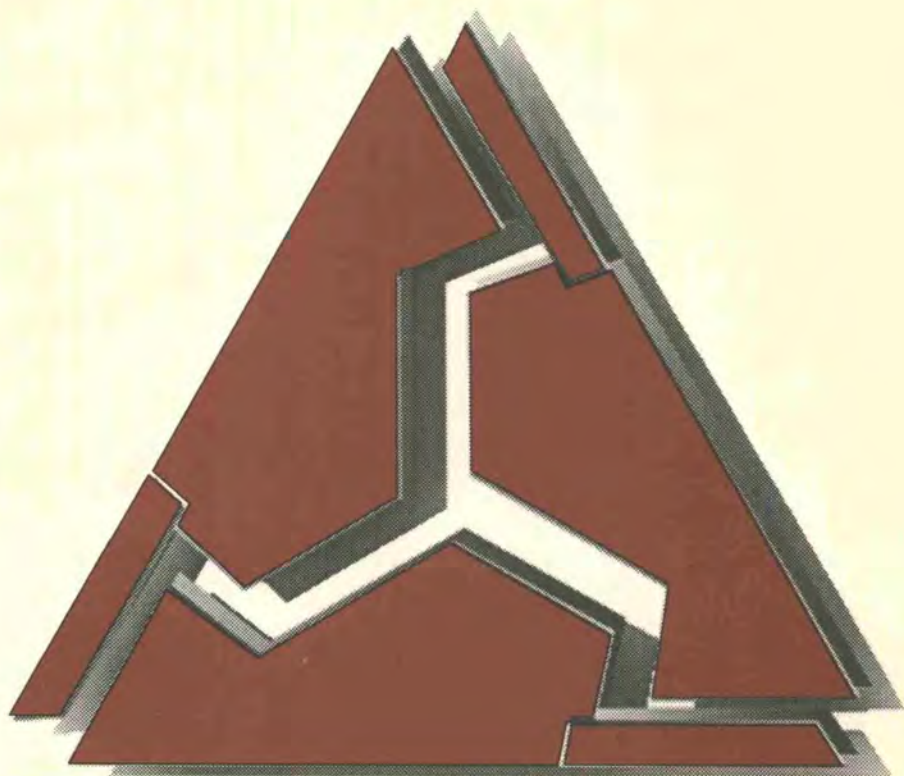


Raúl Fuentes Navarro

LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO
sistematización documental 1986-1994



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN MEXICO
SISTEMATIZACION DOCUMENTAL 1986-1994

COLECCIÓN: Textos de Comunicación y Sociedad

CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE LA CULTURA
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Raúl Fuentes Navarro

**LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN MEXICO
SISTEMATIZACION DOCUMENTAL 1986-1994**

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Primera edición, 1996

D.R. © 1996, UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Coordinación Editorial

Calderón de la Barca 280, sector Juárez

CP. 44260 Guadalajara, Jalisco, México

D.R. © 1996, Instituto Tecnológico y de Estudios

Superiores de Occidente (ITESO)

Periférico Sur 8585, Tlaquepaque, Jalisco, México

ISBN 968-895-712-7

Impreso y hecho en México

Printed and made in Mexico

INDICE

Presentación	7
Referencias documentales	27
Indices	379
Indice de autores	381
Indice por instituciones de autores	395
Indice por fecha de publicación	399
Indice por formatos de publicación	403
Indice por lugares de publicación	407
Indice de revistas y publicaciones periódicas	411
Indice por idioma de publicación	417
Indice por lugares de investigación	419
Indice por tipos de investigación	423
Indice por marcos de investigación	427
Indice por métodos de investigación empírica	431
Indice de temas-objeto de estudio	433
Indice por géneros comunicativos/funciones sociales	439
Indice de temas por fases/procesos de comunicación	443
Indice de temas por sujetos	445
Indice por referencia geográfica	449

Presentación

A principios de los años ochenta un grupo de investigadores latinoamericanos decidió emprender en varios países una revisión de lo que se había producido como investigación de la comunicación en cada uno de ellos. Alrededor de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) se consiguieron algunos apoyos del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID) de Canadá, y del Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo (DESCO) de Perú, que publicaría los resultados. Entre 1982 y 1986 fueron saliendo los libros correspondientes a *La investigación en comunicación social en Perú* (Peirano y Kudo), Chile (Munizaga y Rivera), Colombia (Anzola y Cooper) y Argentina (Rivera).

Independientemente, en 1983 se publicó también el primer estudio brasileño (Marques de Melo), y ya en los noventa, los correspondientes a Bolivia (Beltrán *et al.*) y Panamá (Almengor *et al.*). Cada trabajo siguió una metodología diferente y utilizó los criterios de selección y de análisis documental que consideró más pertinentes. Ninguno de estos trabajos es tampoco homogéneo con los que CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para América Latina, con sede en Quito) publicó en 1977 y a fines de los ochenta. Sin embargo, en el conjunto, todos estos trabajos proporcionan una panorámica documental muy útil sobre la investigación latinoamericana de la comunicación.

Pero faltaba México. Como responsable del Centro CONEICC de Documentación, a principios de 1986 decidí emprender la tarea, y en abril de 1987 presenté *La Investigación de comunicación en México, sistematización documental 1956-1986* como tesis de maestría en el ITESO. Logré reunir, revisar y seleccionar 877 documentos, entre libros, cuadernos, informes, artículos y ponencias, producidos entre 1956 y 1986, además de 1225 referencias de tesis, que enlisté aparte por la imposibilidad de revisarlas todas.

El trabajo se publicó muy pronto, en 1988, por la empresa ya desaparecida Ediciones de Comunicación (Edicom). Lamentablemente, la distribución fue un problema irresoluble para que el libro circulara con relativa amplitud. Y sin embargo, creo que ha tenido utilidad como fuente de referencias, a pesar de todas sus insuficiencias, para algunos estudiantes, profesores e investigadores de todo el país, gracias, entre otras cosas, a que el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) ha donado muchos ejemplares, cedidos por la editorial. Sea como sea, en los ochentas se hizo y publicó también en México, como en otros países latinoamericanos, una sistematización documental sobre la investigación de la comunicación.

Si alguna importancia tiene un trabajo de sistematización documental, es en el plano de la infraestructura para la investigación. Por lo tanto, su utilidad práctica depende de lo que sirva a los investigadores partir de lo que se hecho antes a propósito de su campo y los de sus proyectos específicos. En ese sentido, a mí me ha servido mucho para seguir tratando de documentar y describir, pero también analizar e interpretar, la investigación de la comunicación en México como práctica académica, que ha sido mi objeto central de investigación desde hace casi una década. Durante los últimos cuatro años he estado trabajando, como tesis de doctorado en ciencias sociales, sobre las determinaciones socioculturales de la estructuración del campo académico de la comunicación y, más específicamente, sobre los procesos de institucionalización y profesionalización de la investigación en México.

Entre los distintos insumos de ese estudio, que se titula *La emergencia de un campo académico, continuidad utópica y estructuración científica*, la sistematización documental sigue siendo básica, como lo ha sido para otros trabajos previamente publicados sobre el tema general. Pero es mucho lo que el país, los investigadores, los objetos y métodos de estudio, y el campo mismo de la comunicación, han cambiado desde 1986. Por ello el libro publicado por Edicom quedó, muy pronto, obsoleto. El panorama que presenta de la investigación mexicana de la comunicación no corresponde a la realidad más reciente. De ahí la necesidad de actualizarlo, o mejor dicho, continuarlo, con esta *Sistematización Documental 1986-1994*, que se publica gracias al Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS) de la Universidad de Guadalajara.

Para esta segunda sistematización documental procuré mantener los criterios de la primera, de manera que el trabajo invertido en ambas se pudiera acumular. Pero, para superar ciertos defectos y para

ajustar la obra a algunos de los cambios detectados, decidí eliminar la inclusión de trabajos no publicados, es decir, las ponencias y los informes inéditos. En cambio, incluí tesis de posgrado, que suelen ser proyectos sólidos de investigación, y que de alguna manera, al imprimirse para la presentación del examen de grado, se pueden considerar publicadas. Por lo demás, mantuve el criterio de selección básico: incluir trabajos producto de investigación de la comunicación en México, y excluir documentos claramente identificables como manuales, textos netamente periodísticos o literarios, y escritos cuyo contenido fuera mera opinión. Se seleccionaron, en suma, los documentos que contuvieran aportaciones, así fueran colaterales, al conocimiento sistemático de la comunicación en México, provenientes sobre todo de la academia, publicados entre 1986 (no incluidos en el libro anterior) y diciembre de 1994. Con estos criterios de selección, no todo lo publicado fue incluido, además de que obviamente no llega a mis manos la totalidad de lo que se publica y menos de lo que se produce. Pero el nuevo *corpus* quedó formado por 1019 documentos.

De inmediato surge a la vista, entonces, la tendencia de crecimiento sostenido de los productos publicados de investigación sobre la comunicación en México. En los últimos ocho y medio o nueve años se pusieron en circulación más de estos productos que en los treinta años anteriores. Si más de la mitad de los documentos seleccionados hasta 1986 habían sido publicados a partir de 1980, la suma de ambos *corpus* eleva ahora la proporción hasta 84%. En otras palabras, sólo 16% de los productos mexicanos de investigación de la comunicación se publicó antes de 1980. Esto reafirma que la investigación de la comunicación es una actividad que se encuentra en plena fase de expansión, iniciada hace quince años en México, y que a mediano plazo se puede esperar que siga creciendo. Para analizar las características de este crecimiento, se pueden tomar como base algunos de los indicadores bibliométricos que proporciona la sistematización documental, tanto en los aspectos formales como en cuanto al contenido de los documentos.

En promedio, se incluyeron en el *corpus* 123 trabajos publicados por año, es decir, el doble que el promedio anual entre 1977 y 1986. El cuadro número 1 indica la distribución por fechas de publicación, aunque hay que aclarar que los 35 documentos fechados en 1986 que se incluyen en esta obra, son adicionales a los 58 enlistados en el libro anterior, para un total de 93 publicaciones en ese año.

CUADRO 1
Distribución de documentos, 1986-1994,
por fecha de publicación

1986	35	1991	122
1987	76	1992	156
1988	98	1993	135
1989	130	1994	130
1990	133	s/f	4
Total			1019

En cuanto al medio de presentación de los trabajos, se puede hablar de una tendencia muy clara hacia la formalización de los mecanismos de publicación. Entre 1956 y 1986, sólo el 78% de los documentos habían sido publicados formalmente: 129 libros, 495 artículos en libros o revistas y 58 monografías o cuadernos seriados, para un total de 682 trabajos. En este segundo *corpus*, que no incluye documentos inéditos, hay 126 libros, 772 artículos, 44 cuadernos monográficos y 77 tesis de posgrado, para un total de 1019 textos, como indica el cuadro número 2.

CUADRO 2
Distribución de documentos, 1986-1994,
por formato de publicación

Artículos de diseminación	323	Libros	99
Artículos de divulgación	216	Libros colectivos	27
Artículos en libros	233	Tesis de maestría	70
Cuadernos monográficos	44	Tesis de doctorado	7
Total			1019

Tres rasgos sobresalen dentro de esta tendencia a la formalización de las publicaciones: el establecimiento del formato artículo como opción predominante, la publicación de libros colectivos, y una considerable descentralización en cuanto a los lugares de edición.

Aunque el predominio del formato artículo parece obvio, no lo es tanto. Supone, por una parte, el propósito de los investigadores de sintetizar y concretar sus trabajos en términos relativamente más provisionales y discutibles que en un libro pero más detallada y fundamentadamente que una ponencia, y por otra, la institución de revistas especializadas como medios de comunicación interna de la comunidad académica. Aunque ninguno de los dos supuestos ha alcanzado en México el grado de desarrollo de otras ciencias sociales,

ni mucho menos el *standard* internacional, en la investigación de la comunicación se percibe con claridad el proceso hacia la institucionalización de este sistema básico de comunicación científica.

Del *corpus* total de 1896 documentos sistematizados, 1267, es decir, 67%, son artículos. Esta proporción aumentó en los años más recientes: pasó de 56% entre 1956 y 1986 a 76% entre 1986 y 1994.

De los artículos publicados en estos últimos años, 30% (233) forma parte de libros colectivos, que incluyen dos modalidades: los coordinados por uno o dos editores, que encargan trabajos a diversos investigadores alrededor de distintos aspectos de un tema general y, más frecuentemente, los compilados por uno o dos coordinadores que reúnen y organizan un libro sobre la base de las ponencias presentadas en algún encuentro o reunión. Aunque no son estrictamente memorias, estos libros han sido un recurso muy usado en los años recientes para difundir los trabajos presentados en esos eventos. Un caso notable, aunque excepcional, fueron los cuatro libros editados por el comité organizador del Séptimo Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, celebrado en Acapulco en octubre de 1992, que se entregaron al comienzo con la mayoría de las ponencias que se presentarían en él.

Pero la mayor parte 70% (539) de los artículos publicados entre 1986 y 1994 están incluidos en revistas académicas especializadas. En estos años hubo un cambio notable en este aspecto en el panorama de la investigación mexicana de la comunicación, pues de las diez revistas más importantes vigentes a fines de 1994, sólo una existía en 1986: *Cuadernos de Comunicación*, que se edita desde 1975 aunque desde 1984 con una periodicidad anual. Las otras nueve fueron creadas en estos años: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, del Programa Cultura de la Universidad de Colima, en 1986; *Comunicación y Sociedad*, del antes Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC), ahora Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, en 1987; la *Revista Mexicana de Comunicación* de la Fundación Manuel Buendía, en 1988; los *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales (PROICOM) de la Universidad Iberoamericana, en 1990; *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, en 1991; los *Cuadernos del Posgrado* del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, en 1992; el *Mexican Journal of Communication*, de la Fundación Manuel Buendía, en 1993; los *Cuader-*

nos del Departamento de Comunicación del ITESO y el Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación, en 1994.

Las tres últimas han publicado apenas su primer número. Las demás parecen haber pasado, al menos, la difícil etapa inicial de toda publicación. Tanto *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* como *Comunicación y Sociedad* están ya en otro nivel: han sido incluidas por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) en el Índice de Publicaciones Científicas de Excelencia.

Es claro, entonces, que los medios de difusión de la comunidad académica sufrieron una renovación casi total en los últimos diez años, con la excepción ya señalada de *Cuadernos de Comunicación*, y de la continuidad de órganos que no son específicamente de comunicación, aunque incluyan artículos sobre ella desde hace décadas, como la *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. El último número de *Comunicación y Cultura*, editado por la UAM-Xochimilco, salió en 1985; también en ese año el último de los *Cuadernos del CEC*, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM; el más reciente de los *Cuadernos del TICOM* se publicó en 1986; *Connotaciones*, de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), desapareció en 1983; *Intermedios*, de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, sólo alcanzó a publicar ocho números, entre 1992 y 1993. Muchas otras revistas, que lograron cierta importancia, también desaparecieron. El cuadro número 3 indica las revistas donde se publicaron el mayor número de artículos entre 1986 y 1994.

CUADRO 3
Revistas con mayor número de artículos
incluidos en el corpus 1986-1994

Nacionales		Extranjeras	
<i>Revista Mexicana de Com. y Sociedad</i>	96	<i>Diálogos de la Comunicación</i>	42
<i>Estud. sobre las Cult. Cont.</i>	63	<i>Chasqui</i>	16
<i>Intermedios</i>	58	<i>Signo y Pensamiento</i>	12
<i>Renglones</i>	30	<i>Telos</i>	11
<i>Rev. Mex. de C. P. y S.</i>	30	<i>Boletín ALAIC</i>	8
<i>Cuadernos del PROIICOM</i>	22	<i>Cuadernos de Diálogos</i>	6
<i>Versión</i>	17	<i>Otras</i>	23
<i>Anuario de Inv. CONEICC</i>	14		
<i>Umbral XXI</i>	13		
<i>Cuadernos de Comunicación</i>	13		
<i>Otras</i>	12		
	94		

La renovación de las revistas académicas de comunicación es una condición muy importante, no sólo en lo que representa la fragilidad del plano estructural de la institucionalización del campo de la investigación, sino también en el carácter científico de los artículos publicados. En las nuevas revistas de diseminación se han ido estableciendo mecanismos de arbitraje anónimo para la selección de los trabajos a publicar, así como ciertas normas formales para los artículos, lo cual ha contribuido a elevar el nivel científico de las publicaciones y con ello, probablemente, también el rigor de las investigaciones.

Hay, en suma, datos muy interesantes en cuanto a las revistas, que dan pie a análisis de escala más amplia sobre los factores que se manifiestan en ellas y en los artículos que publican, que indican impactos diferenciales de la crisis económica que se acumulan y entrecruzan concretamente en la producción de investigaciones sobre la comunicación. Por ejemplo, cuenta mucho la presión por publicar que han inducido los nuevos sistemas de evaluación y promoción laboral para los investigadores, al mismo tiempo que es indudable el crecimiento y desarrollo científico del campo y su aprovechamiento más racional de los recursos de apoyo, que son relativamente más escasos que en otras épocas.

No puede dejar de señalarse la fuerza de la descentralización que se percibe en las publicaciones sobre investigación de la comunicación en los años más recientes. Si del *corpus* correspondiente al periodo 1956-1986 alrededor de 85% de los documentos fueron publicados en la zona metropolitana de la ciudad de México, en el periodo 1986-1994 esta proporción decreció hasta 56%, como se indica en el cuadro número 4.

CUADRO 4
Distribución de documentos, 1986-1994, por lugar de edición

EN MÉXICO	883	EN EL EXTRANJERO	136
México, D.F.	573	Lima, Perú	46
Guadalajara, Jal.	206	Bogotá, Colombia	19
Colima, Col.	70	São Paulo, Brasil	16
Monterrey, N.L.	7	Quito, Ecuador	16
Tlahuapan, Pue.	6	Madrid, España	13
Otras	21	Otras	26
Total			1019

El incremento más notable corresponde a dos ciudades del occidente del país: entre Guadalajara y Colima se publicó 27% de los documentos, aunque otras doce ciudades donde se editaron trabajos dan cuenta en conjunto de sólo 3%. Es decir, la descentralización editorial es engañosa, aunque no deja de ser real. Quizá sea más adecuada la figura de la formación de un segundo polo, todavía menor y prácticamente único, de centralización periférica o de subcentralización. Hay que hacer notar que las dos publicaciones reconocidas por el CONACYT se editan en Colima y Guadalajara. Aunque son muy incipientes los resultados todavía, parece comenzar a seguirse este patrón de emergencia de nuevos polos de desarrollo o de referencia para la investigación en Monterrey y en Puebla, lo que sería muy afortunado para la investigación nacional.

La bipolaridad es también una tendencia de los últimos años, considerando no el lugar de publicación, sino el lugar de la producción de las investigaciones. Es interesante subrayar que hay un crecimiento paralelo de la proporción de la investigación de la comunicación que se produce y la que se publica en la región centro-occidente de México, pues los productos incluidos en cada una de las respectivas cuentas no son exactamente los mismos: en la región se produce investigación que se publica fuera de ella y en ella se publica investigación que se produce en otros lugares. El crecimiento de la producción de investigación en esta región es más rápido y acentuado que el del total nacional, y muy similar al de la publicación: pasó de constituir 12.2% hasta 1984, a 29.5% en los últimos diez años. El cuadro número 5 indica la distribución de los documentos sistematizados, según el lugar en que fue producida la investigación que reportan.

CUADRO 5
Distribución de documentos, 1986-1994,
por lugar de investigación

México D.F. y ZMCM	616	61.3%
Guadalajara, Jal.	238	23.7%
Colima, Col.	64	6.4%
Otros	87	8.6%
Total	1005	100.0%

Aunque no se puedan analizar aquí con más detalle estos datos, la relación entre lo nacional y lo regional en la investigación de la comunicación en México puede quedar mejor ilustrada si se toman como unidades de análisis las instituciones y los individuos produc-

tores de la investigación, como se anota en el cuadro número 6. El 76.8% de los productos de investigación académica de la comunicación en el país, entre 1986 y 1994, ha sido generado por investigadores adscritos a sólo seis instituciones, tres de ellas ubicadas en la región centro-occidente. Esta tendencia a la concentración exige una revisión de los factores por los que en esas universidades, y no en otras, se han dado las condiciones relativamente más favorables para la práctica de la investigación, así como índices de productividad de sus académicos, en todos los casos, superiores al promedio nacional. Sólo cinco de los 25 investigadores con mayor número de publicaciones en estos últimos años (ver cuadro número 7) no trabajan en alguna de esas seis instituciones, que son la UNAM, la Universidad Iberoamericana, la UAM-Xochimilco, la Universidad de Guadalajara, el ITESO y la Universidad de Colima.

CUADRO 6
Distribución de documentos, 1986-1994,
por adscripción del autor

U. Nacional Autónoma de México (UNAM)	192	18.8%
Universidad Iberoamericana (UIA)	151	14.8%
U. Autónoma Metropolitana-Xochimilco (UAM-X)	136	13.3%
Universidad de Guadalajara (UdeG)	135	13.3%
Instituto Tecnológico de E.S. de Occidente (ITESO)	104	10.2%
Universidad de Colima (UdeC)	66	6.5%
Otras instituciones	235	23.1%
Totales	1019	100.0%

Por otra parte, en la primera sistematización documental se incluyeron 877 documentos, de 420 autores. En la segunda, 1019 textos de 326 autores. La simple división de estas cifras indica que hasta 1986 se incluyeron 2.08 trabajos por autor en promedio, mientras que entre ese año y 1994 este promedio ascendió a 3.12.

Esta tendencia a la concentración de la producción de investigaciones sobre comunicación puede indicar tanto una cierta maduración de la actividad como algún grado de estancamiento o freno en la tasa de reproducción de la comunidad de investigadores. Tomando 1986 como punto de referencia, es claro que hay más investigadores que publican mucho, aunque también menos que publiquen poco, antes y después de esa fecha. Entre los 25 autores más productivos entre 1986 y 1994, anotados en el cuadro número 7, de catorce de ellos se habían incluido tres o menos publicaciones en la primera sistematización

documental, hasta ninguna en tres casos, lo cual indica que su surgimiento como investigadores se dio en los años más recientes.

CUADRO 7
Autores con mayor número de publicaciones,
1986-1994

(1) Javier Esteinou Madrid	60
(2) Enrique E. Sánchez Ruiz	52
(3) Guillermo Orozco Gómez	50
(4) Raúl Fuentes Navarro	39
(5) L. Jesús Galindo Cáceres	35
(6) Jorge A. González Sánchez	24
(6) Rossana Reguillo Cruz	24
(8) Francisco de J. Aceves González	22
(9) Néstor García Canclini	20
(10) Fernando Mejía Barquera	17
(11) Carmen Gómez Mont Avalos	16
(11) José Carlos Lozano Rendón	16
(11) Florence Toussaint Alcaraz	16
(11) Raúl Trejo Delarbre	16
(15) Fátima Fernández Christlieb	15
(16) Mercedes Charles Creel	13
(16) Delia Ma. Crovi Druetta	13
(16) Gilberto Fregoso Peralta	13
(19) Rafael C. Reséndiz Rodríguez	12
(20) Pablo Arredondo Ramírez	11
(20) José Luis Gutiérrez Espíndola	11
(20) Carlos E. Luna Cortés	11
(23) Alma Rosa Alva de la Selva	10
(23) Eduardo de la Vega Alfaro	10
(23) Carlos Monsiváis	10

Con estos datos parece haber base suficiente para sostener que la investigación mexicana de la comunicación ha estado pasando por una etapa de transición, que bien se podría llamar estructural, en los últimos diez años. De un conjunto de esfuerzos aislados y la mayor parte de ellos fundados en la pura fuerza de la voluntad, se ha ido pasando a grados de institucionalización y profesionalización de las

prácticas universitarias de investigación que le otorgan ya a la actividad una legitimidad, al menos académica si no social, que no puede sino interpretarse en sentido muy positivo y relativamente optimista.

Lo más notable es que esta maduración se ha dado precisamente en la época en que las universidades y el país han sufrido una crisis que sólo parece resolverse para profundizarse más. Pero ese análisis es objeto de otro trabajo, realizado parcialmente, tomando éste como base. No obstante, esta *presentación* no quedaría completa sin una exploración inicial de las tendencias de contenido, que aunque no son tan fácilmente identificables y medibles como las formales, son indicadores muy elocuentes de las transiciones que está experimentando el campo de la investigación de la comunicación en cuanto a temáticas, enfoques y marcos teórico-metodológicos empleados.

Cada vez es más difícil identificar los estudios de comunicación con las investigaciones sobre medios. A pesar de que alrededor de dos tercios de los documentos incluidos en las muestras de antes y después de 1986 plantean temáticas relacionadas con los medios, hay algunas diferencias notables: entre otras, que aunque se siguen haciendo trabajos estructurales y coyunturales sobre las industrias, hay mucha mayor especificidad que antes en cuanto a los aspectos considerados (políticos, económicos, ideológicos, laborales, tecnológicos), y una vinculación mucho más concreta de estos aspectos con los factores contextuales, sean éstos regionales, nacionales o globales. Es especialmente interesante, por ejemplo, la sólida riqueza de aportes que generó la pregunta por los impactos multidimensionales del Tratado de Libre Comercio de América del Norte sobre la comunicación, la cultura y las identidades mexicanas. Hay menos énfasis en el tratamiento de los medios en general, y un evidente, y muy explicable, predominio de estudios a propósito de los medios audiovisuales sobre los impresos. Si hasta 1986 se contaba un número prácticamente igual de trabajos sobre unos y otros, en los últimos años hay casi cuatro veces más publicaciones sobre televisión, video y cine que sobre prensa, revistas y libros. Aumentó también considerablemente la proporción de los trabajos enfocados sobre la radio y la música, y, muy explicablemente también, la de los estudios sobre nuevas tecnologías, nuevos medios y nuevas formas de comunicación. Estos datos pueden verse en el cuadro número 8.

CUADRO 8
Distribución de documentos, 1986-1994,
por temas-objetos de estudio

Televisión	207	Investigación de la comunicación	92
Medios de comunicación	197	Políticas nacionales	77
Radio	93	Currículum en comunicación	42
“Nuevas tecnologías”	81	Culturas populares	24
Prensa	57	Movimientos sociales	23
Cine	49	Ciudad/culturas urbanas	20
Lenguaje	15	Discurso político/oficial	14
Vídeo	13	Culturas indígenas	11
Música	11	Bandas juveniles	9
Revistas	8	Culturas campesinas	9
Otros “medios”	22	Otros “objetos”	49

Si bien es claro que en la última década se culturizaron las investigaciones sobre la comunicación, también hubo fuertes tendencias a economizarlas, politizarlas y tecnologizarlas, es decir, a diversificar y profundizar más específicamente las dimensiones socioculturales de los objetos genéricos medios de comunicación, televisión o espacio audiovisual. Aunque se transitó *de los medios a las mediaciones*, se hizo también el muy saludable y necesario esfuerzo por regresar de las mediaciones a los medios, ante los cuales, como industria y como aparatos de hegemonía, sigue habiendo una postura muy crítica.

La revisión de las temáticas abordadas por las tesis de posgrado es especialmente interesante. Antes de 1986 había muy pocos de estos trabajos, pero el *corpus* analizado incluye 70 tesis de maestría y siete disertaciones doctorales presentadas entre 1986 y 1994. Apenas poco más de 20% de ellas pueden considerarse estudios de medios, incluyendo los enfoques históricos, políticos, de análisis de contenido y de recepción de mensajes. En realidad, la mayor parte de las tesis, por su temática y enfoque, son más bien trabajos de investigación en ciencias sociales o en educación que en comunicación, en el sentido restringido que mantienen las licenciaturas. En el conjunto del *corpus* 1986-1994, los marcos disciplinarios de investigación se distribuyen como indica el cuadro número 9.

CUADRO 9
Distribución de documentos, 1986-1994,
por marcos de investigación

Sociológico	381	37.4%	Político	29	2.8%
Comunicacional	158	15.5%	Metodológico	27	2.6%
Estructural	82	8.0%	Semiótico	26	2.5%
Histórico	81	8.0%	Epistemológico	25	2.4%
Educacional	71	7.0%	Económico	14	1.4%
Otros	58	5.8%	Literario	11	1.1%
Antropológico	56	5.5%			
Total				1019	100.0%

No es fácil separar las temáticas de los enfoques, pero la tendencia al predominio de estudios más específicos y al mismo tiempo más profundos y articulables con otros tiene mucho que ver con el hecho de que más y más trabajos incorporan lo que Enrique Sánchez Ruiz llama contenido empírico, refiriéndose a lo que, en su sentido más amplio, va más allá del ensayo informado o la teorización libre y pura, y que representa un esfuerzo *organizado* de recolección/producción de datos. Se incluyen ahí los estudios históricos y/o estructurales, los análisis de contenido tanto cuantitativos como cualitativos, las investigaciones por encuestas, los diseños experimentales, la investigación-acción y la etnografía. En el *corpus* 1956-1986, él encontró que sólo 38% de los documentos mostraban evidencias de contenido empírico y sólo 11.2% de trabajo de campo. En el *corpus* 1986-1994, la proporción de documentos con contenido empírico alcanza 45% (el resto serían ensayos) y la de los que muestran trabajo de campo o interacción directa del investigador con sus sujetos 17.7%, lo que es un indicador del aumento en el número de trabajos que son producto de proyectos formales de investigación, aunque también de la escasez de recursos para realizar extensos estudios de campo, sean cuantitativos o cualitativos. El cuadro número 10 desglosa los métodos de investigación empírica aplicados en 228 de los trabajos documentados.

CUADRO 10

Métodos de investigación empírica aplicados en 228 trabajos

Análisis de contenido	62	Diagnóstico	9
Encuesta	46	Entrevistas	6
Etnografía	23	Análisis comparativo	3
Sistematización documental	22	Diseño experimental	3
Análisis semiótico	15	Histórico-estructural	2
Observación participante	14	Hermenéutica	1
Análisis del discurso	12	Prospectiva	1
Biografía	9		
Total			228

Aunque los enfoques empíricos o ensayísticos son sobre todo definiciones metodológicas de los proyectos de investigación, es muy importante reconocer que los diseños dependen también, para ser viables, de la disponibilidad de recursos financieros. Las fuentes de financiamiento, además de su escasez, han tendido a vincularse muy estrechamente con criterios oficiales de evaluación tanto de la pertinencia como de la científicidad de los proyectos, de manera que casi sólo los miembros del Sistema Nacional de Investigadores o los estudiantes de posgrados inscritos en el Padrón de Excelencia de CONACYT pueden aspirar a conseguir apoyos para realizar trabajo de campo. Las universidades, ante la existencia de estos mecanismos oficiales, han mantenido en niveles cercanos al cero los recursos de apoyo a la investigación, por lo que los investigadores se ven obligados a hacer trabajo de gabinete y los profesores a continuar exclusivamente en la docencia. No obstante, la situación en general ha mejorado en los últimos diez años, pues antes de 1986 tampoco era fácil conseguir recursos de apoyo para la investigación, o los que otorgaban organismos internacionales, a veces montos muy generosos, no siempre se traducían en productos publicables.

Cabe hacer notar que el establecimiento de centros institucionales de investigación, como el Programa Cultura de la Universidad de Colima, el CEIC (ahora DECS) de la Universidad de Guadalajara, y el PROICOM de la Universidad Iberoamericana, todos con menos de diez años de antigüedad, ha implicado la formulación de programas de investigación y la instauración de mecanismos formales de producción y difusión de sus productos que las escuelas de comunicación, definidas por su labor docente, en su mayoría no contemplan. Estos

programas, así sea en términos muy generales, han definido las líneas temáticas y teórico-metodológicas de todos o al menos de sus más importantes y productivos proyectos concretos de investigación. Las culturas contemporáneas, las mediaciones histórico-estructurales de los medios de difusión y las prácticas sociales de comunicación, desde la recepción de mensajes, se han convertido así en los núcleos más fuertes de impulso a ciertos enfoques que no por coincidencia se centran en los trabajos de los investigadores individualmente más reconocidos nacional e internacionalmente. El cuadro número 11 indica las fases o procesos de comunicación estudiados en 767 documentos.

CUADRO 11
Fases o procesos de la comunicación
investigadas en 767 documentos

Instituciones	348	Mensajes/discurso	163
Infraestructuras	7	Circulación	25
Producción	60	Recepción	164
Total			767

Ya en la primera *sistematización documental* del campo se había detectado una preeminencia de las funciones educativa y política de la comunicación investigada, seguidas por las que tienen que ver con la organización, el sustento o evaluación de campañas sociales y la información, lo que hacía suponer una orientación crítica del orden vigente, que podía constatarse como discurso en muchos de los documentos analizados. Esas siguen siendo las tendencias predominantes, como lo indica el cuadro número 12.

CUADRO 12
Géneros comunicativos/funciones sociales investigadas
en 608 documentos

Educación/socialización	147	Telenovelas	24
Identidad cultural	98	Consumo/difusión cultural	21
Política	61	Publicidad	21
Regionalización	55	Recepción crítica	19
Información (noticias)	45	Entretenimiento	15
Información electoral	30	Organización social	12
Información/impacto TLC	27	Otros	33
Total			608

La investigación de la comunicación en relación con la identidad cultural nacional es una de las vertientes nuevas en el campo, probablemente como formulación de una preocupación coyuntural muy propia de los años más recientes, especialmente por la preparación y puesta en vigencia del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Pero, habría que considerar también como una vertiente nueva y muy relevante la constituida por el análisis empírico y la discusión ensayística, ambas muy copiosas, de las elecciones federales de 1988 y 1994, así como de algunas elecciones locales e intermedias en que se concentró la atención nacional. Finalmente, llama la atención el fuerte impulso que recibió en estos años la investigación sobre las telenovelas, con mucho el género de la comunicación masiva más popular, y la escasa atención que se prestó a la información económica.

En cuanto a los sujetos sociales específicamente enfocados en la investigación de la comunicación, es notable que el 45% del total de los documentos refieren a los sistemas/instituciones de medios o al Estado/Gobierno, reafirmando con esto el predominio de la concepción de la comunicación como una función macro y mesosocial. Pero quizá sea más notable que otro 26% de los documentos adopten como principal sujeto de referencia a la propia academia o a las universidades. Del 29% restante de los documentos, aproximadamente la mitad se enfocan sobre las audiencias de los medios, sea en general o por sectores específicos, entre los cuales destacan los niños, adolescentes y jóvenes. En el cuadro número 13 se detallan los datos principales sobre los sujetos sociales referidos por los documentos.

CUADRO 13
Sujetos de referencia en la investigación,
en 935 documentos

Sistemas/instituciones medios	363	Jóvenes/adolescentes	19
Academia	226	Escuelas	16
Estado/Gobierno	93	Familias	13
Audiencias de medios	65	Cineastas	11
Universidades	44	Estudiantes universitarios	11
Niños	32	Otros	42
Total			935

Por lo que toca a la referencia geográfica de las investigaciones, en menos de la mitad de los documentos (492) se hace explícita. De éstos, tres cuartas partes refieren a ámbitos nacionales y 125 textos a situaciones extranacionales, especialmente latinoamericanas. Si en el *corpus* 1956-1986, diez de las 32 entidades federativas del país estaban totalmente ausentes y sobre el Distrito Federal se concentraba 24% de los estudios, en el *corpus* 1986-1994 siguen faltando ocho estados (Aguascalientes, Baja California Sur, Morelos, Nayarit, Querétaro, Sinaloa, Tlaxcala y Zacatecas) como referencia de al menos un trabajo, y la concentración de los estudios nacionales sobre el Distrito Federal aumentó hasta el 40%, como puede verse en el cuadro número 14.

CUADRO 14
Referencia geográfica de la investigación,
en 492 documentos

AMBITOS NACIONALES		AMBITOS EXTRANACIONALES	
Distrito Federal	149	América Latina	72
Jalisco	81	Estados Unidos	19
Nuevo León	16	Europa	10
Baja California	13	Brasil	5
Veracruz	12	España	5
Colima	12	Nicaragua	3
Otros estados	84	Otros países	11
Total	367	Total	125

Finalmente, quizá la tendencia más trascendente de todas las que se pueden captar en un análisis de lo que se ha producido en la última década como investigación de la comunicación, especialmente en cuanto al contenido de los productos publicados, es lo que se puede denominar "postdisciplinización". Si en cualquiera de sus vertientes fundacionales la carrera de comunicación ha mantenido una tensión constante entre su emergencia como una disciplina específica y su carácter multidisciplinario como espacio de fusión de las ciencias sociales, las humanidades y las técnicas, con cierto predominio en los currículos y en los mercados profesionales de estas últimas, la investigación se ha desarrollado de otra manera. A diferencia de Brasil, por ejemplo, donde los campos profesionales han mantenido su fuerza estructuradora sobre la academia, dando lugar al desarrollo de la investigación especializada en periodismo, en relaciones públicas, en radio y televisión, en publicidad y propaganda, etcétera, en México la comunicación como objeto de estudio tiende a ser más bien un

residuo o un pretexto, en los análisis de instituciones, estructuras o procesos culturales, ideológicos, educativos, económicos, políticos, religiosos, publicitarios o incluso informativos.

No hay duda de que los procesos y sistemas de comunicación son cada vez más importantes en todos los ámbitos de la vida sociocultural en todas sus escalas. Por ello es relevante estudiarlos, pero es muy poco lo que la investigación mexicana ha aportado al conocimiento teórico de la comunicación social en sí. Se siguen apoyando e impulsando principalmente metodologías que aíslan los elementos de la comunicación o que circunscriben sus procesos sin detenerse en ellos, para tratar de explicar otros fenómenos socioculturales, que no dejan de ser objetos de otras disciplinas, donde los aportes comunicacionales comienzan a ser más o menos aceptados por novedosos y pertinentes. Pero es muy poco lo que esto aporta a la constitución del campo de la comunicación como disciplina. Basta una revisión superficial al contenido de los programas de teoría de la comunicación de cualquiera de las más de 120 licenciaturas que hay en el país, o a la escasez de publicaciones sobre cuestiones teóricas, para reafirmar esta creciente inespecificidad disciplinaria del campo. El desarrollo de la investigación de la comunicación parece basarse en una ruptura radical con el currículum y las prácticas profesionales de la comunicación para ocupar, en el ámbito académico, un lugar en la investigación en ciencias sociales y no como ciencias de la comunicación.

Esta interpretación reafirma la hipótesis de la *desarticulación múltiple* característica del campo académico de la comunicación, y debería dar mucho que hacer a los responsables de la formación de profesionistas, pero también tiene implicaciones importantes para la investigación. En primer lugar, esta hipotética tendencia a la disolución disciplinaria de la comunicación puede verse como más positiva que negativa, y sería entonces cuestión de desarrollo futuro el incremento a la atención sobre las explicaciones comunicacionales de los más diversos fenómenos socioculturales, así como el avance en la integración teórico-metodológica de los marcos apropiados para ello. También puede verse como una ventaja relativa de los investigadores de la comunicación el reconocimiento de que lo que en tiempos más dogmáticos se despreciaba como eclecticismo, no significa renuncia al rigor ni al sentido en la investigación. Por *postdisciplinización* entiendo este movimiento a la superación de los límites entre especialidades cerradas y jerarquizadas, y al establecimiento no de un posmodernismo donde nada tiene sentido, sino de un campo de discursos y prácticas sociales cuya legitimidad académica y social

dependa más de la profundidad, extensión, pertinencia y solidez de las explicaciones que produzca, que del prestigio institucional acumulado por un gremio encerrado en sí mismo.

La investigación de la comunicación como práctica académica en México puede ser objeto de debate, y su futuro depende en buena medida de ello. El crecimiento institucional no es necesariamente una garantía del desarrollo cualitativo de un campo académico, y puede incluso llegar a obstruirlo. Los debates al respecto entre la comunidad académica angloparlante son un ejemplo de la exigencia científica del cuestionamiento constante de los fundamentos de la investigación, y sería muy conveniente que los investigadores mexicanos pudieran prestar mayor atención a esta discusión, más allá de la creciente tematización de cuestiones metodológicas en los documentos publicados. Si esta *sistematización documental* pudiera aportar algún apoyo en ese sentido, cumpliría uno de sus propósitos más trascendentes.

El contenido principal de este trabajo se expone en las dos secciones siguientes: la presentación de las 1019 referencias documentales, y 16 índices sistemáticos para el manejo analítico de las referencias. Sobre cada documento se elaboró una ficha que contiene los siguientes datos: número de referencia, nombre del autor, título del trabajo, datos de edición, clave de localización (en su caso) en el Centro CONEICC de Documentación sobre Comunicación en México, y un *abstract* de su contenido. Para facilitar el manejo mediante los índices, los trabajos publicados más de una vez se agruparon bajo una misma entrada por autor, pero se le asignó un número de referencia a cada edición.

En cuanto a los índices, se incluyen 16, el doble que en la obra previa. Como en aquélla, el problema de una *taxonomía* adecuada para los estudios de comunicación sigue vigente, de manera que tanto la construcción de categorías clasificatorias como la asignación de cada documento a éstas es, en muchos casos, problemática y ambigua, aunque se trató de operar con un criterio básicamente inductivo, para que cada documento quedara descrito de la manera más completa y pertinente, y pudiera ser localizado mediante los índices con la mayor facilidad posible.

Obviamente, el medio óptimo para ofrecer este trabajo a sus usuarios no es ya un libro, sino una *base de datos* en CD-ROM, incluso con los documentos en texto completo, o un *banco de información* consultable vía correo electrónico. Con diversos apoyos institucionales, se está trabajando sobre ello, pero independientemente de sus soportes físicos y lógicos (*hardware y software*), la sistematización

documental requiere un procesamiento que se ha hecho ya. Aún en una forma de presentación tecnológicamente atrasada, y a pesar de sus deficiencias y limitaciones intrínsecas, la información contenida en este libro puede ser de utilidad y su publicación justifica el trabajo invertido.

Guadalajara, Jal., julio de 1995

Referencias documentales

001

ABOITES A. Hugo

“Medios de comunicación y organizaciones populares: hacia una propuesta de recepción crítica a partir de los movimientos sociales” en Charles y Orozco (comps.), *Educación para la Recepción*, Trillas, México, 1990, pp. 227-240.

(6344-6327 A)

Desde una perspectiva crítica de la relación entre medios de comunicación y organizaciones populares, el autor analiza en este capítulo la dialéctica de la cobertura que hicieran los medios de comunicación sobre las elecciones de Chihuahua y del movimiento social que se generó a partir de ellas. Con base en el caso reportado, el autor elabora los supuestos teóricos para una historización del proceso de recepción en la relación entre movimientos sociales y medios masivos de comunicación.

002

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

La televisión en Guadalajara. Génesis y desarrollo, Comunicación y Sociedad, núm. 1, Cuadernos del CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1987, 75 pp.

(4288 A)

Estudio histórico del desarrollo de la televisión en Guadalajara, basado en material hemerográfico y documental, que describe y analiza los mecanismos específicos que se han puesto en marcha a lo largo de los años para subordinar e integrar las dinámicas de infor-

mación locales a la estructura centralista nacional, en este caso del consorcio Televisa.

003

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Hermosa provincia mexicana: Televisa monopoliza” en Trejo (comp.), *Las Redes de Televisa*, Claves Latinoamericanas, México, 1988, pp. 263-284.

(5130-5122 A)

Este artículo relata la historia de la televisión en Guadalajara, desde la perspectiva de la propiedad y la pugna por los proyectos, a partir de que en enero de 1956 se constituyó una sociedad de empresarios tapatíos hasta que en diciembre de 1982, con la constitución legal de Televisa, el consorcio Televisa acabó con los intentos de autonomía que de diversas maneras trataron de establecerse localmente.

004

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Radiodifusoras en Jalisco: cuántas son, dónde están, quién las controla...”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 1, FMB, México, septiembre-octubre de 1988, pp. 11-17.

(5070-5069 A)

Este informe expone las principales características de la industria de la radiodifusión en Jalisco en cuanto a número y carácter de las estaciones; distribución geográfica; concesionarios actuales; cadenas radiodifusoras; y concesiones por concluir en 1989.

005

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Génesis de la radiodifusión jalisciense. Estudio aproximativo”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 4/5, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1989, pp. 58-96.

(5605-5602 A)

Este estudio abarca la primera etapa del desarrollo de la radiodifusión en Jalisco, desde la década de los veinte hasta 1940, año en que se empieza a configurar la industria radiofónica con las características que la perfilan actualmente. Es un largo trabajo de rescate documental de la historia de los inicios de una actividad que acabó industrializándose en el estado al igual que en el país.

006

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“La Radiodifusora del Pueblo, precursora ejemplar de la radiodifusión en Jalisco”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 6, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1989, pp. 9-18.

(5610-5609 A)

Trabajo de carácter histórico sobre el origen de la que podría ser considerada pionera de la radioemisión cultural en Jalisco, la Radiodifusora del Pueblo, fundada por el Comité Estatal del Partido Nacional Revolucionario en la década de los treinta. El autor documenta las circunstancias y los avatares que vivió en su breve paso por las ondas hertzianas, esta alternativa de difusión popular, significativamente el hecho de que operara al margen de la legislación y el haber tenido éxito de audiencia sin ser comercial.

007

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Medios masivos y movimientos sociales, una dimensión comunicativa inexplorada”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 18, FMB, México, julio-agosto de 1991, pp. 24-25.

(7174-7168 A)

En los años recientes, el incremento y la importancia social de los nuevos movimientos ha sido manifiesto. Nuevos sectores (colonos, inquilinos, comunidades eclesiales de base, homosexuales, etc.) han desarrollado movilizaciones, enarbolando demandas en las que se encuentra implícita la modificación de las relaciones sociales existentes. En este contexto, la necesidad de profundizar en el conocimiento de la relación entre los medios masivos y las relaciones sociales se vuelve impostergable.

008

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Consolidación de la radio comercial en Guadalajara” en Aceves, Arredondo y Luna (comps.), *Radiodifusión Regional en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 37-46.

(6723-6720 A)

Este trabajo detalla cómo los cimientos de la moderna industria de la radiodifusión jalisciense se encuentran a finales de la década de los treinta. En las postrimerías de 1938 y durante el año siguiente surgen en el ámbito local nuevas radiodifusoras y con ellas ingresan al negocio de la radio diversas personas que jugarían un papel impor-

tante en el desarrollo de la entidad. Dos factores que desempeñaron un papel relevante en el desarrollo de la industria radiofónica a nivel nacional contribuyeron de manera decisiva a que se consolidara: la gestación de redes nacionales de estaciones radiodifusoras y la promulgación de nuevas leyes sobre vías generales de comunicación.

009

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Las estaciones preferidas de los radioescuchas tapatíos” en Aceves, Arredondo y Luna (comps.), *Radiodifusión Regional en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 191-205.

(6735-6720 A)

Este trabajo pretende realizar un acercamiento exploratorio en el estricto terreno de lo empírico para intentar una descripción inicial sobre algunas de las características particulares de los radioescuchas tapatíos. Se trata de detectar las preferencias tanto en estaciones como en programas y establecer algunos de sus comportamientos como horarios de exposición, retención de anuncios publicitarios y sus apreciaciones sobre lo que les gusta y les molesta de la programación radiofónica.

010

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“La televisión y los tapatíos. Un atisbo al entreveramiento horario de transmisión, menú programático y patrones de exposición”, *Comunicación y Sociedad*, núm 13, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, septiembre-diciembre de 1991, pp. 131-161.

(7578-7572 A)

En este artículo se intenta un acercamiento a la relación oferta-consumo en el complejo circuito televisivo que incluye emisor, mensaje y receptor. Su propósito es realizar una reflexión a partir de los datos empíricos que proporcionan los elementos de la tríada comunicacional: el tiempo de transmisión de las estaciones televisivas, el menú programático que difunden y los patrones de exposición de la audiencia, en un proceso concreto y en una localidad específica: la zona metropolitana de Guadalajara.

011

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Los radionoticieros y el proceso electoral de 1991: una información que sí tomó partido”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 23, FMB, México, mayo-junio de 1992, pp. 28-31.

(7224-7215 A)

En este artículo se presentan los resultados de un análisis de la cobertura de las elecciones de 1991 por tres noticiarios radiofónicos: *Monitor*, *Para Empezar* y *Radio Metrópoli*. El primer resultado es que existe una diferencia evidente entre el tiempo total del radionoticiario y el tiempo dedicado a las noticias. De éste, el tiempo dedicado a las noticias electorales fue 12.9%. Del tiempo electoral, se habló del PRI 25.3% del tiempo.

012

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Democracia y región: rescoldos de una década” en Esteinou (ed.), *Comunicación y Democracia*, CONEICC, México, 1992, pp. 139-150.

(7063-7052 A)

013

También en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 13, FMB, México, septiembre-octubre de 1990, pp. 34-39.

(6381-6373 A)

Este trabajo advierte que en la última década se avanzó de una manera importante en la investigación de la comunicación en México, de lo cual son indicadores la aparición, cada vez más frecuente aunque todavía insuficiente, de estudios que contribuyen significativamente a la comprensión del fenómeno comunicacional, así como la mayor difusión de éstos. Habría que enfatizar, en este sentido, que en los últimos años la temática de los objetos de estudio se ha diversificado de tal manera que podría afirmarse que el sector académico de la comunicación ha recuperado la iniciativa. Sin embargo, en el campo específico de la democratización y la regionalización existen aún asignaturas pendientes.

014

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“La dimensión simbólica de los movimientos sociales”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 28, FMB, México, marzo-abril de 1993, pp. 39-41.

En este ensayo, elaborado siguiendo a Melucci, se establece que el reconocimiento de la dimensión simbólica de los movimientos sociales impacta el acercamiento al conocimiento y explicación de las acciones colectivas. Por una parte, los significados producidos por la expresión simbólica están en permanente cambio, y por otra, los actores que integran dichos movimientos, al no pertenecer a una categoría social en particular, hacen de su participación en los mismos una actividad transitoria.

015

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Publicaciones sobre comunicación en México: las palabras errantes”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 31, FMB, México, septiembre-octubre de 1993, pp. 7-15.

Las publicaciones sobre comunicación en México transitan como palabras errantes ante la aparente indiferencia de su público potencial. Un somero itinerario al respecto permite percibir algunos de sus rasgos distintivos: escaso presupuesto y/o problemas financieros, reducida circulación, falta de periodicidad, desvinculación del campo académico y profesional y ausencia de un espíritu empresarial.

016

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

De la irrupción del sonido a la explosión de las imágenes: la radio y la televisión 1920-1960, Cuadernos de Estudios Jaliscienses, núm. 15, El Colegio de Jalisco/INAH, Guadalajara, 1993, 23 pp.
(7598 A)

017

También en inglés “From the invasion of sound to the explosion of images”, *Mexican Journal of Communication*, vol. 1, núm. 1, FMB, México, september 1993, pp. 87-100.

(7764-7756 A)

Este artículo relata los inicios históricos de la radio y de la televisión en Guadalajara, de acuerdo con una detallada investigación hemerográfica y documental. Uno de los personajes centrales en esta historia es Alejandro Díaz Guerra, que resistió con otros radiodifusores locales a la instalación de repetidoras de las estaciones capitalinas, y años más tarde inició con otros la primera televisora tapatía, que finalmente debió dejar.

018

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“La influencia de los medios en los procesos electorales. Una panorámica desde la perspectiva de la sociología empírica”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 18/19, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-diciembre de 1993, pp. 223-256.

(7716-7710 A)

Este ensayo revisa la literatura disponible, sobre todo en cuanto a estudios empíricos, sobre el papel de los medios masivos de difusión en los procesos políticos, especialmente los electorales, sobre los cuales su influencia es de gran importancia aunque su análisis reviste una gran complejidad.

019

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Televisión y procesos electorales”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 32, FMB, México, noviembre-diciembre de 1993, pp. 41-44.

La relación existente entre los medios de información y los procesos electorales asume características particulares en los diversos países, en virtud de las especificidades que asumen tanto la estructura de propiedad y de control sobre los medios como de las regulaciones legales establecidas para su funcionamiento. Esta situación provoca una especie de confrontación entre las intenciones propagandísticas de los partidos políticos y la cobertura informativa de los medios masivos. Los mensajes difundidos a través de los medios llevan inevitablemente impreso el sello de la propaganda o de la información.

020

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Fuentes y pistas para desentrañar la historia regional de los medios masivos” en Cervantes y Sánchez Ruiz (coords.), *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*, CEIC, Universidad de Guadalajara/ALAIC, Guadalajara, 1994, pp. 337-350.

(7734-7717 A)

Esta reflexión del autor parte de que para quienes transitamos por el todavía novel, y en muchos casos ninguneado, campo de la comunicación, resulta hartó frecuente encontrarnos con una serie de “vacíos” de conocimiento cuya solución necesitaría el concurso de especialistas de otras ramas de las ciencias sociales (economistas,

psicólogos, antropólogos, lingüistas, historiadores...) y resulta habitual que, ante la ausencia de tales estudiosos, los comunicólogos, sin esperar autorización, decidamos improvisarnos como economistas o historiadores de la comunicación.

021

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“La ciudad y la comunicación: apuntes de un encuentro con los urbanistas” en Lozano (ed.), *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC I*, CONEICC, México, 1994, pp. 129-146.

(8006-8000 A)

La noción de ciudad como entidad que alberga a diversidad de grupos sociales, en permanente adecuación a los requerimientos sociales, conduce inevitablemente al reconocimiento de lo comunicacional. De la misma manera que los procesos comunicacionales atraviesan las actividades sociales, la comunicación subyace en la base de los productos construidos por el hombre, se asienta en las urbes donde se congregan los puntos centrales de la comunicación social.

022

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús

“Opciones informativas y preferencias políticas. Un acercamiento empírico al caso tapatio”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 36, FMB, México, agosto-septiembre de 1994, pp. 40-43.

El propósito de este trabajo es exponer algunos resultados que en torno a la relación medios-ciudadanos han sido obtenidos con base en el análisis de dos encuestas aplicadas en Guadalajara los meses de diciembre de 1993 y abril de 1994.

023

ACEVES GONZÁLEZ Francisco de Jesús, Pablo ARREDONDO RAMÍREZ y Carlos E. LUNA CORTÉS (comps.)

Radiodifusión regional en México. Historias, Programas, Audiencias, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991.

(6720 A)

Compilación de los trabajos presentados durante el "Taller de discusión y análisis de la radiodifusión en México" llevado a cabo en Chapala en abril de 1989, con el objetivo de establecer un perfil acerca de la situación actual de la investigación de la radio en nuestro país. Los expositores abordan cuestiones históricas y ofrecen análisis y diagnósticos tanto de la programación como de la audiencia de la radio comercial, la de la permitida y la de la cultural en los estados de Jalisco, Guanajuato, Yucatán, Veracruz, Hidalgo, Sonora, Baja California y Oaxaca.

024

ACLE TOMASINI Marcela

"Análisis de contenido: problemática y perspectivas", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 10, FMB, México, marzo-abril de 1990, pp. 30-31.

(6193-6188 A)

Para la autora, los retos que actualmente enfrentan los interesados en el análisis de los significados son: matizar y ubicar su importancia, sus alcances y sus limitaciones; avanzar en el desarrollo de una teoría sólida y congruente que considere la interrelación de los signos que, de hecho, existe y se da en la realidad, y de la cual pueda surgir un método de análisis serio y sistemático que permita acercarnos —y no agotar— la compleja red de significaciones en la cual vivimos cotidianamente.

025

ACOSTA Miguel, Luz Paula PARRA y Sergio AGUAYO

"Las elecciones del 94 en dos telenoticieros mexicanos", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 35, FMB, México, junio-julio de 1994, pp. 22-25.

Este estudio, que cubre los cuatro primeros meses de 1994, señala que la tendencia a privilegiar la imagen del candidato del PRI a la presidencia de la República se ha hecho patente en el manejo informativo de los dos noticieros televisivos de mayor penetración en México: *24 Horas* de Televisa y *Hechos* de Televisión Azteca. La falta de equilibrio no sólo se expresa en los tiempos concedidos, sino además y de forma notoria, en su decisión por darles voz e imagen e insertar sus informaciones en determinado momento de la emisión.

026

ACUÑA LIMÓN Alejandro

"Familia y televisión" en Rebeil (coord.), *Propuestas para asociaciones de televidentes*, AMIC/Universidad Iberoamericana, México, 1986, 18 pp.

(3588-3586 A)

El objetivo de este trabajo es proporcionar a los padres de familia algunas propuestas específicas que, a la luz de algunas investigaciones, guíe a los padres conscientes y preocupados por la relación niños-televisión. Para lograrlo es de especial importancia darle el valor real a la influencia que tiene la televisión en el niño mexicano. La propuesta va dirigida a un nivel familiar o microescolar, en donde se asume la presencia de la televisión y en donde cabe la aportación de padres y maestros para lograr una recepción "activa" de los mensajes televisivos por parte de los niños en la etapa preescolar.

027

ACUÑA LIMÓN Alejandro y María Begoña HERNAIZ ARCE

El diálogo en la comunidad de cuestionamiento como dinamismo del aprendizaje en la educación superior. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1987.

(4654 B)

Los autores parten del método dialógico derivado de la propuesta del Programa de Filosofía para Niños desarrollada en Estados Unidos, para diseñar un método de desarrollo de habilidades de razonamiento en la educación superior. Además de la explicitación de la nueva doctrina educativa se presentan las pautas para la formación de profesores para la comunidad de cuestionamiento.

028

AGUILAR PLATA Blanca A.

Publicidad y empresa periodística en México. (Estudio descriptivo de la publicidad en nueve diarios capitalinos: 1977), Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, núm. 10, FCPYS, UNAM, México, 1986, 67 pp.

(3791 A)

Este trabajo descriptivo muestra que la publicidad no determina en primer término la existencia de un periódico, pero sí la condiciona a ciertas reglas. La ausencia de publicidad en la prensa le restringe caminos y posibilidades de desenvolverse como una publicación más o menos independiente. Los diarios analizados en este renglón son:

Excelsior, El Universal, Novedades, El Heraldo, La Prensa, El Sol de México, Esto, Ovaciones, El Día y El Nacional.

029

AGUILAR PLATA Blanca A.

“Comunicación interpersonal y masificación”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 131, FCPyS, UNAM, México, enero-marzo de 1988, pp. 145-150.

(5065-5053 A)

Para la autora, la psicología social es comunicación, puesto que ve al individuo en intercambio, en diálogo, no sólo con sus semejantes sino con todo su ambiente natural. No sólo el acto de comunicación es motor y objeto de estudio de la psicología social, también lo son los fenómenos que caracterizan a la moderna sociedad de masas. Las masas en acción fueron la piedra de toque de la psicología a principios de este siglo.

030

AGUILAR VILLANUEVA Luis

“Opinión pública y comunicación social”, en Varios, *México: Setenta y cinco años de Revolución, IV. Educación, Cultura y Comunicación 2*, INEHRM/Fondo de Cultura Económica, México, 1988, pp. 805-910.

Para reconstruir selectivamente la historia mexicana posrevolucionaria de la comunicación social, de sus acciones y omisiones, de sus logros y nudos problemáticos, al autor le pareció apropiado y fecundo traer a la memoria el desarrollo del “ámbito público” en nuestra nación, abierto por los hacedores de la Independencia, Reforma y Revolución, así como enmarcar los órganos, las formas y las actividades de la comunicación social mexicana (prensa, radio, televisión, cine) de este siglo en la dinámica histórica y, como tal, compleja y conflictiva, de la formación y transformación del “ámbito público”.

031

AGUIRRE GÓMEZ Carlos

“El tratado de libre comercio y un posible efecto en la industria de la radio” en Varios, *Cultura, Medios de Comunicación y Libre Comercio*, AMIC, México, 1993, pp. 153-157.

(7619-7600 A)

Para el autor, industrial, el impacto cultural del TLC sobre la radio en México será mínimo. La radio en Estados Unidos tampoco cambiará, sólo se acelerará y habrá una mayor penetración. Económicamente se beneficiarán ambas partes, pues habrá una mayor lucha por la participación de mercado. A nivel fronterizo, el impacto será más de tipo económico que en la cultura híbrida que ya existe hoy en día. No se espera un libre paso de mano de obra y talento, por lo cual la demanda de estos servicios adicionales se podrá brindar a través de los industriales de radio mexicanos vía satélite desde México.

032

ALCOCER Martha y Alicia MOLINA

“¿Qué le vemos a la tele?” en Charles y Orozco (comps.), *Educación para la Recepción*, Trillas, México, 1990, pp. 58-67.

(6331-6327 A)

Para las autoras de este artículo, los mensajes sufren un proceso natural de recreación por parte de los receptores, y es en este desarrollo donde se puede intervenir a través de un diálogo cuestionador que amplíe y enriquezca la capacidad de lectura de los mensajes. Pero resulta imposible tener una actitud crítica ante sólo un aspecto de la vida. Esta actitud deberá permear los múltiples ámbitos y relaciones que se establecen en la vida social.

033

ALVA DE LA SELVA Alma Rosa

“Sobre *Multivisión*”, *Topodrilo*, núm. 8, UAM-Iztapalapa, México, s/f, pp. 43-45.

(7317-7310 A)

Este artículo describe el nuevo sistema de televisión, Multichannel Distribution System, que inaugura en México la empresa Multivisión, con transmisiones de ocho canales en banda de super-alta frecuencia mediante la Banda C del Satélite Morelos, en lo que se denomina “cable sin cable”. Dirigido a sectores urbanos medios y altos por el costo de suscripción, MVS transmitirá a través de sus canales material de cadenas informativas y de entretenimiento estadounidenses, europeas y latinoamericanas.

034

ALVA DE LA SELVA Alma Rosa

"Radio: punta de lanza del consorcio" en Trejo (comp.), *Las Redes de Televisa*, Claves Latinoamericanas, México, 1988, pp. 127-138.

(5125-5122 A)

Este artículo detalla cómo históricamente Televisa nació de una estructura radiofónica que posteriormente incursionó en la creación de la televisión nacional basada en la fuerza empresarial y la experiencia adquirida en la radio. En la actualidad la radio sigue teniendo un lugar importante dentro de las actividades e intereses del consorcio.

035

ALVA DE LA SELVA Alma Rosa

"Del corazón del cuadrante nacional: la radio comercial de la Ciudad de México" en Rebeil *et al.*, *Perfiles del Cuadrante*, Trillas, México, 1989, pp. 35-43.

(5507-5506 D)

El artículo revisa la historia y la distribución de las estaciones radiodifusoras comerciales en la ciudad de México, desde donde, 65 años después de la irrupción de las ondas hertzianas, se siguen marcando los lineamientos de mayor influencia para su manejo. Entre las 33 emisoras en AM se encuentran sólo 7 tipos de géneros musicales y dos difusoras culturales. Por ello es necesario buscar los mecanismos para incrementar la pluralidad en la oferta.

036

ALVA DE LA SELVA Alma Rosa

"Muchas preguntas, poca información. Cultura, medios y libre comercio", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 19, FMB, México, septiembre-octubre de 1991, pp. 11-13.

(7180-7178 A)

Referirnos al TLC y su posible impacto en la cultura nacional es encontrarnos en terreno movedizo, inseguro. Ello no en razón de una "indefensión" absoluta frente al flujo cultural de nuestro "vecino distante", o en función de una supuesta "debilidad" de nuestras raíces culturales. Sin embargo, hoy la inquietud responde al hecho de una real vulnerabilidad de la estructura cultural actual mexicana, principalmente entre ciertos sectores sociales.

037

ALVA DE LA SELVA Alma Rosa

"Radio y libre comercio" en *Varios, Cultura, Medios de Comunicación y Libre Comercio*, AMIC, México, 1993, pp. 158-166.

(7620-7600 A)

Según la autora, la incorporación al TLC implicará, a mediano plazo, modificaciones de peso en la estructura y funcionamiento de la radio nacional, al encontrarse ésta enfrentada a modalidades con más experiencia en el plano de la competitividad internacional, terreno hasta ahora bastante poco explorado por el sector radial del país. Dicho impacto tendría lugar sobre una amplia porción de la radio mexicana que funciona de acuerdo al modelo comercial, mismo que constituye aproximadamente 95% de la composición del sector.

038

ALVA DE LA SELVA Alma Rosa

"Violencia en la pantalla", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 32, FMB, México, noviembre-diciembre de 1993, pp. 38-40.

Ya sea mostrando el ejercicio de la violencia o haciendo énfasis en sus secuelas, la televisión en el mundo —principalmente la que funciona bajo la forma comercial— ha venido recurriendo a la violencia como el ingrediente predilecto para acrecentar sus públicos, muchos de los cuales perciben los contenidos de violencia como el sentido del espectáculo televisivo.

039

ALVA DE LA SELVA Alma Rosa

"Las campañas políticas en dos televisoras mexicanas", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 36, FMB, México, agosto-septiembre de 1994, pp. 36-39.

La investigación que analiza el comportamiento semestral (enero-junio de 1994) de los noticieros *24 Horas*, de Canal 2, y *Hechos*, de Televisión Azteca, realizado por la AMDH-Alianza Cívica, ofrece una clara perspectiva de lo que puede ser el inventario final de la presencia noticiosa, sobre todo cuantitativa, de cada uno de los nueve partidos y sus respectivos contendientes en las dos redes privadas de TV abierta del país.

"TV: el voto electrónico, definitiva herramienta propagandística", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 37, FMB, México, octubre-noviembre de 1994, pp. 9-11.

En la esperada contienda del 94, el espacio televisivo se mostró claramente como terreno estratégico para la lucha electoral. Casi cerrada al inicio de las campañas para las expresiones de grupos políticos distintos del PRI, la pantalla casera daba entrada a la oposición a cuentagotas. Luego, como resultado de la presión ejercida por algunos grupos civiles y de los propios partidos, en especial el PAN y el PRD, que reclamaban equidad en los tiempos concedidos e imparcialidad en el tratamiento informativo, la TV se abrió un poco más, aunque sin dejar de lado su clara postura de favorecimiento hacia el partido oficial y su candidato.

"Géneros y estrategias del discurso", *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, núm. 1, UAM-Xochimilco, México, octubre de 1991, pp. 77-102.

(6823-6821 A)

En contraste con los modelos unidireccionales, el autor se pronuncia por una teoría dialógica de la comunicación verbal que explique cómo intervienen y se institucionalizan los géneros en la interacción discursiva. Esta orientación teórica permite el desarrollo de una pragmática de los géneros susceptible de dar cuenta de cualquier modalidad de interacción verbal, tal como lo propuso Bajtín: desde una conversación casual hasta los textos literarios metanarrativos que atribuyen al lector un rol particularmente creativo.

"Nacionalismo, lenguaje e identidad colectiva", *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, núm. 2, UAM-Xochimilco, México, abril de 1992, pp. 141-162.

(7751-7746 A)

Este breve ensayo asume el nacionalismo como un proceso cultural típico de sociedades complejas organizadas en torno de la figura del Estado. Más que identidades nacionales, monolíticas y homogéneas —identidades únicas para todos los miembros de comunidades

definidas como Estado-nación— existe una pluralidad de concepciones, valores y representaciones sociales que dan lugar a diversos sentidos de pertenencia a una misma comunidad nacional enmarcada política y territorialmente. Esta pluralidad de valores y representaciones se corresponden con la diversidad de usos y apropiaciones del lenguaje.

043

ALVAREZ Rubén

“Informar a los informadores”, *Intermedios*, núm. 4, RTC, México, octubre-noviembre de 1992, pp. 52-55.

La agencia mexicana de noticias Notimex, creada hace veinticuatro años, de la cual es director el autor, ha recorrido un largo camino de labor informativa anónima, donde el trabajo de reporteros, redactores y autores de notas, crónicas o entrevistas ha sido poco reconocido.

044

AMADOR BAUTISTA Rocío

“Discursividad didáctica y cognición”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 131, FCPyS, UNAM, México, enero-marzo de 1988, pp. 125-135.

(5063-5053 A)

En el discurso didáctico producido a través de los medios audio-escrito-visuales la configuración o estructuración de la realidad perceptible o inteligible aparece como la articulación de diferentes unidades significativas (imágenes), que tienen una organización sintáctico-semántica propia (planos), susceptible de integrarse en unidades de significación más amplias (secuencias) donde adquieren una función específica en relación al conjunto.

045

AMADOR BAUTISTA Rocío

“Las nuevas tecnologías de comunicación para la formación y actualización de profesores” en Amador (coord.), *Comunicación Educativa. Nuevas Tecnologías*, Temas Educativos, núm. 1, CISE, UNAM, México, 1994, pp. 83-100.

En el contexto de los países en vías de desarrollo, o más específicamente, en vías de “modernización” como el nuestro, el desfase

entre la cultura tradicional (oral y escrita) y la sociedad industrial (computarizada) se manifiesta en el limitado uso de los medios de comunicación social para informar o educar, y en el restringido uso de las nuevas tecnologías de comunicación para producir o transferir nuevos conocimientos. En ambos casos, se trata de una ruptura entre la capacidad técnica de una sociedad, que debe atender las demandas impuestas por un mercado de competencia internacional, y las posibilidades reales para acceder a la cultura y a la educación. La autora describe algunos de los proyectos desarrollados sobre esta línea por el Centro de Investigaciones y Servicios Educativos de la UNAM.

046

AMADOR BAUTISTA Rocío (coord.)

Comunicación Educativa. Nuevas Tecnologías, Temas Educativos, núm. 1, CISE, UNAM, México, 1994.

Este libro recoge los aportes presentados por los participantes en el Segundo Encuentro de Comunicación Educativa, celebrado en abril de 1992, convocado por el Centro de Investigaciones y Servicios Educativos de la UNAM. Contiene 24 trabajos de investigadores en comunicación educativa y nuevas tecnologías de diversas instituciones.

047

AMANN ESCOBAR Ricardo

El Historiodrama Filmado: cuatro casos de educación popular mediante el cine, Cuadernos de Extensión, núm. 4, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero de 1989, 35 pp.

(5633 A)

Este trabajo reconstruye cuatro experiencias de comunicación popular originadas a partir de 1972 por un grupo de maestros y estudiantes de la UNAM, en términos de lo alternativo: la combinación de dos o más medios baratos con plena participación y control por parte de los actores sociales de lucha reseñada y con su uso cada vez más autónomo. Como en el Teatro del Oprimido, lo que se plantea es que todo "historiodrama filmado" debe ser producto de los que no tienen palabra, como reconstrucción de un episodio particular de la lucha de clases, con el objetivo de servir de espejo a los propios actores sociales y de ejemplo a otros.

048

AMANN ESCOBAR Ricardo

"Información, prensa regional y poder político: los casos de Ciudad Guzmán y Ocotlán, Jalisco", *Comunicación y Sociedad*, núm. 4/5, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1989, pp. 39-57.

(5604-5602 A)

El artículo toma como objeto la relación entre el poder económico-político y el poder de información y desinformación que poseen los periódicos de dos ciudades medias del estado de Jalisco, así como el grado de autonomía relativa que guardan con respecto a los grupos de poder de la capital estatal, Guadalajara. Se analizan diarios de Ciudad Guzmán y de Ocotlán publicados entre julio de 1985 y enero de 1986, con respecto a información comercial, regional, deportiva, nacional y/o de "sociales".

049

AMANN ESCOBAR Ricardo

Industria Cultural y Relaciones Internacionales. El caso hispanomexicano: 1940-1980, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1989.

Este libro es producto de la tesis de doctorado realizada en Francia entre 1979 y 1981 por el autor. En el contexto del nuevo orden mundial de la información y la comunicación y de la democratización de las comunicaciones, el periodo escogido por esta investigación sitúa la problemática en la época en que el libre flujo de información era la doctrina dominante. Sin embargo, en el caso particular de las relaciones hispanomexicanas intervienen variables *sui generis* que hacen que este "libre flujo" esté condicionado de manera mucho más fuerte por factores interétnicos, comerciales y políticos.

050

ANDIÓN GAMBOA Eduardo

"Germen y quimera. Acercamiento a la tradición identitaria en la comunicología", *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, núm. 2, UAM-Xochimilco, México, abril de 1992, pp. 29-56.

(7748-7746 A)

Este texto busca sacar a la luz las dificultades teóricas que se le presentan a la comunicología como disciplina para encarar las actuales formas de producción y reproducción simbólica. Expone la asun-

ción implícita de un concepto de identidad por parte de la comunicología que obstaculiza el abordaje de los fenómenos comunicativos en su diversidad y diferencias. Juzga que como "tradición identitaria" queda al margen de los despliegues de la técnica con racionalidad comunicativa, puesto que aquella no provee los conceptos para pensar su inserción en la vida política.

051

ANDIÓN GAMBOA Eduardo

"Semillas de silicio: la tradición de la identidad en los estudios comunicológicos" en Martín Barbero (coord.), *En torno a la identidad latinoamericana*, CONEICC/Opción, México, 1992, pp. 123-142.

(7088-7082 A)

Los llamados estudios de comunicación social, que aquí se denominan sintéticamente comunicología (para distinguir el pretendido saber-hacer experto de la práctica ordinaria), han conformado un conjunto discursivo (práctica, teorías y opiniones) cuya tentativa ha sido dar forma de "objeto teórico" a los aconteceres de significación social y su institucionalidad mediática. Por otro lado, ha fundamentado su existencia sobre un principio identitario de la verdad inmutable de la comunidad. El autor considera que esta fundamentación epistemológica exige un régimen simbólico violento, en tanto colabora en la permanencia de los dispositivos de imposición que se arrastran junto con la idea de identidad como fundamento autorreferente de la comunidad. Esta continuidad de aproximación es llamada la tradición identitaria en el saber comunicológico.

052

ANDIÓN GAMBOA Eduardo

"Identidades-bisagra: el trenzado del saber y el sabir como pedagogía de la comunicación" en Luna (coord.), *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, CONEICC/Opción, México, 1992, pp. 151-166.

(7123-7114 A)

Para el autor, la identidad de los profesionales de la comunicación se hace problemática debido a la precariedad de la unión de un haz diverso de prácticas y oficios, que una vez instalado en el sistema universitario y nombrado bajo un unificador formal, antes bien designa una aspiración legitimante que un ejercicio reconocido materialmente en el sector laboral o productivo donde debía insertarse. Las tentativas por erigirse en una ciencia que generase conocimiento, con

un dominio cognoscitivo propio, antes que asumirse humildemente como un saber pragmático y técnico, arroja a la "comunicación social" a establecerse apenas como objeto disciplinario o de enseñanza.

053

ANDIÓN GAMBOA Mauricio

"La investigación en la enseñanza de la comunicación", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 25, FELAFACS, Lima, Perú, octubre de 1989, pp. 98-105.

(6068-6064 A)

El autor considera que la investigación entendida como recurso didáctico, o mejor, como estrategia educativa, representa una herramienta pedagógica fundamental, generalizable en la formación de cualquier cuadro profesional, incluyendo desde luego al "licenciado en comunicación". La investigación incorporada al proceso educativo, como en el caso de la UAM-Xochimilco, rompe sustancialmente con las concepciones tradicionales de enseñanza y transforma la orientación de los currícula, imprimiéndoles un sentido más creativo y crítico.

054

ANDIÓN GAMBOA Mauricio

"Escuelas de comunicación y mercado de trabajo" en Andión (comp.), *Ciencias de la Comunicación*, Serie Las Profesiones en México, núm. 5, UAM-Xochimilco, México, 1990, pp. 41-56.

(6350-6346 A)

Para el autor se hace difícil pensar en un mercado de trabajo restringido al ejercicio de la comunicación. Sería más apropiado referirse a un campo profesional cuyos límites coincidan con los del espacio social global. A partir de este presupuesto general, se trata de demostrar la pertinencia de reorientar el proceso de producción de cuadros profesionales especializados en comunicación hacia la formación de agentes capaces de insertarse intencionalmente en los flujos de intercambio simbólico, a través de medios y técnicas específicas.

055

ANDIÓN GAMBOA Mauricio

"La formación de profesionales en comunicación", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 31, FELAFACS, Lima, Perú, septiembre de 1991, pp. 55-63.

(6700-6693 A)

Este artículo revisa los antecedentes y determinaciones de la formación de profesionales de la comunicación en las universidades mexicanas y latinoamericanas, distinguiendo las dimensiones cultural, político-económica y educativa del problema, pues el concepto de comunicación ha perdido su significado en la vorágine de la guerra por la información y el control de los sistemas de producción y distribución masiva de mensajes.

056

ANDIÓN GAMBOA Mauricio

La carrera de comunicación en Xochimilco. Evaluación comprensiva del proceso curricular en una escuela de comunicación. Tesis de Maestría en Ciencias con especialidad en Educación, DIE/CINVESTAV/IPN, México, 1993.

Para dar cuenta del momento por el que pasa la carrera de comunicación en Xochimilco, se pensó integrar el conocimiento generado durante el proceso de la investigación en la estructura de un bucle recursivo que objetivara la continuidad del proceso curricular, en distintos planos de acercamiento, articulados de acuerdo a la lógica deductiva. Siendo el interés central de este trabajo conocer el sentido de la acción pedagógica en un sistema de enseñanza particular, y específicamente comprender el sentido del proceso curricular en una escuela superior de comunicación, el texto se organiza en cuatro planos que adquieren continuidad en la trama central de la formación de profesionales en comunicación.

057

ANDRADE BARRENECHEA Lucía

La aplicación de la computadora como instrumento de comunicación para optimar el sistema de universidad abierta. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1986.

058

ARANGO AMAYA Martha Lucía

Semiótica del Consumo: Análisis de seis anuncios televisivos que promueven hábitos de ahorro y consumo en niños de bajos recursos. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1990.

ARELLANO RABIELA Francisco Félix

La influencia del proyecto neoliberal en la definición de las políticas públicas de comunicación en el gobierno de Miguel de la Madrid. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1988, 119 pp.

(6259 B)

El objetivo principal de este trabajo es analizar la influencia del proyecto de desarrollo neoliberal llevado a cabo por el gobierno de Miguel de la Madrid en la definición de las políticas públicas de comunicación. Es preciso estudiar el fenómeno de las políticas públicas de comunicación en el marco económico respecto del cual se ejerce y recibe influencia. Y es de primordial importancia destacar que las políticas públicas de comunicación tienen un antecedente histórico. Es decir, los mecanismos y modalidades que adquiere la acción del gobierno tienen elementos de origen histórico-estructural que no se pretenden desconocer aunque no son objeto de este estudio.

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo

“La radio como objeto de estudio en México” en Sánchez Ruiz (comp.), *La investigación de la comunicación en México: logros, retos y perspectivas*, Edicom/Universidad de Guadalajara, México, 1988, pp. 167-193.

(5140-5133 A)

Este trabajo tiene como objetivo principal presentar una panorámica de la forma en que se ha desarrollado la investigación sobre la radio en México. Para ello se parte del supuesto de que hoy en día, como desde su implantación hace más de seis décadas, la radio representa el más popular y extendido medio de comunicación masivo de nuestra sociedad. Analiza 65 documentos de investigación sobre la radio en México.

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo

“Tres hipótesis en torno a la publicidad”, *Tiempos de Ciencia*, núm. 11, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, abril-junio de 1988, pp. 19-29.

(4999-4998 A)

Este trabajo aborda un análisis muy general de las relaciones manifiestas del llamado sector de los medios masivos con el aparato productivo social, tomando como referente básico el fenómeno

publicitario. Este ensayo no tiene más pretensiones que la de plantear algunas interrogantes respecto a la función social que cumple la publicidad en tanto elemento que vincula las dinámicas comunicativas con el aparato económico.

062

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo

“La televisión mexicana en los Estados Unidos ¿extinción o reconversión?”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 21, FELA-FACS, Lima, Perú, julio de 1988, pp. 36-48.

(5082-5079 A)

Este artículo tiene como propósito analizar de manera general los cambios más recientes experimentados por los intereses corporativos mexicanos en el mercado televisivo de los Estados Unidos y, en cierto sentido, especular en torno a los escenarios futuros de este fenómeno, que se remonta a más de veinticinco años de participación de los fundadores de Televisa en la televisión en español más allá de las fronteras mexicanas.

063

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo

“Investigación académica sobre radio en México” en Rebeil *et al.*, *Perfiles del Cuadrante*, Trillas, México, 1989, pp. 217-232.

(5524-5506 D)

Revisión de los estudios y tendencias en la investigación académica sobre la radio en México, elaborada sobre la base de 71 documentos. Concluye con un listado de áreas sobre las cuales el conocimiento es escaso, y que constituyen factores importantes para que la radio deje de ser la “gran desconocida”

064

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo

“Los noticieros de televisión y la sucesión presidencial de 1988” en Varios, *Medios, Democracia y Fines*, UNAM/Notimex/FFN, México, 1990, pp. 47-80.

(6448-6444 A)

Este trabajo analiza el comportamiento de dos noticieros de televisión durante el proceso para la sucesión presidencial de 1988. Los resultados apuntan de manera inequívoca a un manejo desequilibrado y, por lo tanto, parcial de la información televisiva. Aunque no se ha pretendido elaborar un análisis del discurso informativo televisivo en relación con el proceso electoral, es evidente que la sola dimensión

cuantitativa de la estructura de los noticieros encierra un nivel de significación y de comprensión de este fenómeno que no debe despreciarse.

065

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo

“Medios de comunicación y procesos electorales (el caso de los noticieros de televisión)”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 8, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-abril de 1990, pp. 11-41.

(6077-6076 A)

Este ensayo se basa en los resultados de un estudio sobre la cobertura del proceso electoral de 1988 en dos noticieros televisivos (*24 Horas y Día a Día*), mediante una muestra de 55 días seleccionados al azar entre septiembre de 1987 y agosto de 1988. Los resultados detallados del análisis confirman una serie de juicios sobre los sesgos que introducen los noticieros en el electorado y la ausencia del pluralismo en ellos.

066

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo

“Los medios de comunicación en la lucha político-electoral” en Arredondo, Fregoso y Trejo, *Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 47-78.

(6738-6736 A)

Este artículo analiza y contextualiza cómo la importancia otorgada a los medios informativos se refleja en la gran cantidad de recursos económicos y humanos asignados a las tareas de publicidad y propaganda electoral. La “imagen” del candidato y su venta constituyen un objetivo central de las campañas, y para ello se recurre a un complejo aparato propagandístico controlado por los “especialistas” en propaganda electoral. Las tecnologías aplicadas para el caso no difieren sustancialmente de las utilizadas por las grandes agencias de publicidad comercial, muchas de las cuales han acumulado una amplia experiencia en el terreno de la “venta de la imagen” de influyentes corporaciones.

067

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo

"Opacidad en la ventana electrónica: el proceso electoral de 1988 en los noticieros televisivos" en Arredondo, Fregoso y Trejo, *Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 129-184.

(6740-6736 A)

Este trabajo analiza el comportamiento de los noticieros televisivos de mayor cobertura "potencial" en México, durante el periodo del proceso electoral federal de 1988. Se consideró pertinente, en función de una mayor representatividad, que la selección incluyera al noticiero de mayor cobertura de la televisión privada (*24 Horas*) y de la televisión gubernamental (*Día a Día*). Así, se buscó evaluar tanto de manera conjunta como comparativa la actitud informativa de los noticieros televisivos frente a un acontecimiento político de indiscutible relevancia. Esta investigación se basó en una muestra de 55 días que cubrieron el periodo de septiembre de 1987 a agosto de 1988, lo que en total reportó 110 noticieros.

068

ARREDONDO RAMÍREZ Pablo, Gilberto FREGOSO PERALTA y Raúl TREJO DELARBRE

Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991.

(6736 A)

En este libro se hace un análisis cuantitativo sobre el comportamiento, en una coyuntura muy precisa, de distintos medios de información mexicanos. Este sería apenas el comienzo de una extensa tarea de reflexión que llevara a precisar con mayor detalle cómo, cuándo y a quiénes se informa, así como las maneras como sus mensajes son percibidos en distintos ámbitos de la sociedad. Pero no hay aquí, salvo en consideraciones muy generales que cada capítulo y/o autor presenta, más que un análisis cuantitativo, indispensable para ir más allá con precisión y rigor.

069

ARREDONDO TRUEBA José Miguel

"Radio y Salud" en Rebeil *et al.*, *Perfiles del Cuadrante*, Trillas, México, 1989, pp. 196-210.

(5522-5506 D)

El artículo ofrece una panorámica de la salud en México, de la educación higiénica y de la radio en este ámbito, para identificar aspectos sobresalientes de lo que en el país ha sido hasta ahora la concepción y el manejo de las acciones promocionales de los organismos oficiales de salud.

070

ARRIAGA GARAY Mara Milagro

Prácticas comunicacionales en la religiosidad popular. Estudio de la fiesta del Santo Patrón San Isidro de la Ceiba, Atlántida, Honduras, Centroamérica. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, 1987.

(4653 B)

Se parte de los planteamientos teóricos sobre religiosidad de Eliade, Gramsci, Giménez y Maduro y de postulados metodológicos que incluyen la observación participante, las encuestas y las entrevistas para interpretar semiótica y sociológicamente el carácter religioso de la fiesta del Santo Patrón San Isidro en la ciudad de La Ceiba en Honduras y las prácticas comunicacionales en dicha fiesta.

071

ARRIAGA Patricia

“Economía y Publicidad” en Metzinger *et al.*, *Publicidad: la otra cultura*, IPAL, Lima, Perú, 1987, pp. 13-22.

(5395-5394 D)

Este artículo parte de la premisa de que cuando analizamos la publicidad estamos analizando un fenómeno muy limitado que no atraviesa ni todos los procesos económicos ni todas las mercancías producidas. Metodológicamente, si no teóricamente, no se puede llegar a conclusiones sobre el proceso general de la economía capitalista partiendo de un fenómeno particular que se ubica sólo al nivel de la circulación de las mercancías, y para ser aún más precisos, al nivel de la circulación de algunos bienes de consumo.

072

ARRIETA ERDOZAIN Luis

“Comunicación social y el fenómeno de las bandas”, *Cuadernos de Comunicación*, núm. 96, *Comunicología Aplicada de México*, México, diciembre de 1986, pp. 14-24.

(3900-3899 A)

Este artículo concluye que las bandas son una más de las consecuencias de la aplastante diferencia de clases que soportan “y hasta

alientan" sociedades como la nuestra; son resultado también de una ciudad deshumanizada que ha crecido sin control; son una expresión de rencor, de impotencia, así como una opción juvenil de supervivencia y libertad; son un "no me olvides" a muchas de las "buenas conciencias" que, por su indiferencia o ambición, han auspiciado, sin inmutarse, tanta miseria humana.

073

ARRIETA NIETO Laura

La prensa escrita durante el proceso electoral. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1991.

074

AURRECOECHEA Juan Manuel y Armando BARTRA

Puros Cuentos. La historia de la historieta en México, 1874-1934, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Museo Nacional de Culturas Populares/Grijalbo, México, 1989, 291 pp.

(5624 A)

Durante cerca de tres años, un grupo de investigadores del Museo Nacional de Culturas Populares, coordinado por Alfonso Morales, se sumergió en el vasto continente de la historieta mexicana con el propósito de realizar una exposición, inaugurada en diciembre de 1987. El libro sistematiza e interpreta la información recopilada por el museo. Este primer volumen abarca algo más de cincuenta años: desde la historieta litográfica del siglo XIX hasta los suplementos dominicales con monitos multicolores de los años veinte y treinta de este siglo.

075

AURRECOECHEA Juan Manuel y Armando BARTRA

Puros Cuentos II. La historia de la historieta en México, 1934-1950, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Museo Nacional de Culturas Populares/ Grijalbo, México, 1993.

Durante cerca de tres años, un grupo de investigadores del Museo Nacional de Culturas Populares, coordinado por Alfonso Morales, se sumergió en el vasto continente de la historieta mexicana con el propósito de realizar una exposición, inaugurada en diciembre de 1987. El libro sistematiza e interpreta la información recopilada por el museo. Este segundo volumen está dedicado al ciclo que se inicia en 1934 con la publicación de la revista *Paquín* y culmina con la

desaparición de las legendarias *Pepín y Chamaco* a mediados de la década de los cincuenta.

076

BAENA PAZ Guillermina

"Encuesta: hábitos radiofónicos en el D. F.", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 8, FMB, México, noviembre-diciembre 1989, pp. 8-9.

(5719-5718 A)

Para detectar el grado de penetración de las estaciones de radio entre la población metropolitana del Distrito Federal se realizó una encuesta (400 cuestionarios) en 16 zonas de la ciudad, en agosto de 1989. Como un apartado específico, se buscó determinar la penetración de las estaciones del IMER.

077

BAENA PAZ Guillermina

"Hacia una estrategia de comunicación fronteriza", *Encuentros de Comunicación Social II*, RTC, México, 1990, pp. 95-102.

(6664-6648 A)

La autora habla de algo más que de una línea que marca jurisdicciones territoriales; se refiere a dos países que gradualmente eliminan las barreras existentes entre ellos para hacer un espacio común, compartir, esto es, comunicarse: de ahí la necesidad del surgimiento y sistematización de una comunicación fronteriza, que tiene la posibilidad de preservar y fortalecer la soberanía nacional, de proteger los derechos e intereses de los mexicanos en el extranjero y de hacer de la cultura mexicana uno de los principales elementos para reafirmar la identidad nacional: es también un marco para el diálogo que puede resolver diferencias y aprovechar oportunidades de mutuo beneficio, así como la manera de fomentar intercambios biculturales.

078

BAENA PAZ Guillermina

"Pepsi o las nuevas industrias culturales" en Solís (coord.), *Las industrias culturales*, CONEICC/Opción, México, 1992, pp. 91-102.

(7099-7093 A)

También en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 25, FMB, México, septiembre-octubre de 1992, pp. 25-28.

A partir de la caída del Muro de Berlín en 1989, el sistema capitalista transnacional empieza una nueva etapa de dominio a través de sus mecanismos de control persuasivo los cuales ahora tienen como punto de venta no el producto en sí mismo, sino el discurso del capitalismo en su conjunto. La actual ascendencia de la comunicación persuasiva y la tendencia al cambio de las relaciones comunicativas nos coloca a la comunicación no como la espuma, sino manejando el iceberg desde la punta, donde lo que se ve es la integración estratégica de la publicidad, la propaganda y las relaciones públicas y lo que está bajo la superficie son los problemas estructurales del propio sistema.

BAENA PAZ Guillermina

"Perspectivas de la comunicación en los noventa", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 154, FCPyS, UNAM, México, octubre-diciembre de 1993, pp. 103-114.

La autora señala que la comunicación en los noventa enfatizará su área persuasiva y la aplicará mediante el talento que permita desarrollar los más sofisticados instrumentos de venta. Si en los ochenta la disciplina se perfilaba como una moda, para los noventa se perfila como la actividad estratégica del cambio, tanto en su escala transnacional o global como en la local.

BAENA PAZ Guillermina y Sergio MONTERO

La estrategia multimedia (un enfoque social), Cuadernos de Diálogos, núm. 13, FELAFACS, Bogotá, Colombia, marzo de 1991, 11 pp.

(7434-7429 A)

La estrategia multimedia nace originalmente con fines propagandísticos y su antecedente más cercano a otros usos es con fines de capacitación y adiestramiento surgida en los años setenta. Consiste en aplicar un conjunto de medios de comunicación a un hecho determinado y sus objetivos han de centrarse en lo social. La estrategia multimedia es un proceso sistemático con diversas etapas, que se inicia con un diagnóstico y culmina con una evaluación.

082

BARRERA HERRERA Eduardo

"La transnacionalización y mercantilización de las telecomunicaciones. El caso de México", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 36, FELAFACS, Lima, Perú, agosto de 1993, pp. 9-17.

(7945-7944 A)

Este artículo tiene por objeto analizar las telecomunicaciones en México como mercancía y como bienes de capital a partir de la identificación de las fuerzas endógenas y exógenas que han desarrollado y moldeado esta infraestructura, examinando a profundidad la privatización de Teléfonos de México.

083

BARRERA HERRERA Eduardo

"La nacionalidad de las otras comunicaciones" en Lozano (ed.) *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC 1*, CONEICC, México, 1994, pp. 187-208.

(8009-8000 A)

Las telecomunicaciones han sido descritas como la infraestructura clave en la llamada era de la información. La concepción de esta infraestructura como factor de desarrollo económico y social ha persistido en el uso de analogías con la infraestructura de transportación. El término de "carretera electrónica" describe un proyecto de redes de servicios integrados para impulsar la investigación, desarrollo y transferencia de tecnología. La mercantilización de las telecomunicaciones en México ha traído como consecuencia la privatización y transnacionalización de la infraestructura, lo que afecta negativamente a los pequeños usuarios y a los demandantes de servicios básicos.

084

BAUTISTA Angélica, Karla COVARRUBIAS y Ana B. URIBE

"Televisión y familia. Una experiencia etnográfica en la vida de tres hogares colimenses" en Lameiras y Galindo (eds.), *Medios y Mediaciones*, El Colegio de Michoacán/ITESO, Guadalajara, 1994, pp. 101-127.

(8098-8093 A)

Según las autoras, el tipo de relación que los miembros de las familias han logrado establecer con la televisión (dentro de un contexto familiar cotidiano) tiene mucho que ver con el tipo de relación que éstos tienen con los sistemas macrosociales externos a sus familias y a los sistemas de función al interior de ellas. Depende, también, del

habitus de clase (sistemas de acción, valoración y percepción de la realidad) y del tipo de capital cultural, social y económico que éstos pongan en juego. Hay otros aspectos que debemos considerar en estas relaciones: la rutina de trabajo, la ocupación, los hábitos, entre otros aspectos.

085

BAZ Margarita

“Enigmas de la subjetividad. Un análisis del discurso” *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, núm. 4, UAM-Xochimilco, México, abril de 1994, pp. 117-136.

(8022-8020 A)

El artículo muestra la instrumentación y los procedimientos específicos seguidos en la utilización de una variedad de análisis del discurso fundamentado en el psicoanálisis y la psicología social, ilustrando las etapas iniciales del procesamiento del material discursivo. Para ello se sirve del trabajo con dos textos, producto de entrevistas a bailarinas profesionales, y que constituyen parte del material de campo de una investigación que se propuso ampliar los horizontes teóricos relativos al papel de la experiencia del cuerpo en la subjetividad de la mujer, con base en el discurso de bailarinas.

086

BECERRA Jesús

“Tecnología del lenguaje. Una propuesta metodológica”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 15, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1993, pp. 227-281.

Una propuesta metodológica que ofrece una perspectiva de los procesos simbólicos como actos de diégesis más que de significación, realizados no por medio de signos sino de funtivos. A partir de esto, el autor propone la fundamentación de la diegética como base de la comunicología.

087

BECERRA ONTIVEROS Raúl

“Los desfases en la comunicación educativa”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 23, FMB, México, mayo-junio de 1992, pp. 21-24.

(7221-7215 A)

El autor parte del supuesto de que la comunicación educativa debería permitir al educando ser partícipe de su propia educación en la medida que los conocimientos que obtenga le permitan la comprensión de su realidad y, con ello, la producción de nuevos conocimientos. Con el objeto de sistematizar la discusión de los problemas que afronta la comunicación educativa, los agrupa en el desfase entre la forma y el contenido de la comunicación masiva, y el proceso de conocimiento y comunicación respecto de la realidad.

088

BEN AMOR Leïla

"Televisión, modernización y modernidad. México, comunidad hispana en EEUU", *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, núm. 3, UAM-Xochimilco, México, abril de 1993, pp. 35-54.

(8016-8014 A)

A través de este artículo la autora describe el papel de la televisión como agente modernizador, constructor de identidades regionales y nacionales, legitimador de proyectos del Estado, a partir de un análisis de la televisión en México y la programación dirigida a la comunidad hispanohablante en Estados Unidos. Analiza las redes de televisión hispanas, la importancia del consorcio de Televisa, así como sus estrategias recientes de expansión comercial tomando en cuenta un conjunto de programas y propaganda estatal. Todo ello permite reflexionar sobre la transformación de la relación entre el espacio público y el privado en las sociedades mexicana y estadounidense.

089

BENASSINI FÉLIX Claudia

"Televisa en Estados Unidos", *Chasqui*, núm. 31, CIESPAL, Quito, Ecuador, julio-septiembre de 1989, pp. 31-37.

(6710-6708 A)

Este artículo describe la expansión e influencia de la televisión mexicana en los Estados Unidos a partir de los años sesenta, sus éxitos y sus fracasos. Entre las conclusiones, la autora señala que la televisión de habla hispana, por lo menos antes del surgimiento de Telemundo, homogeneizó a su audiencia a tal grado que los "latinos" carecen de nacionalidad. La televisión se dirige a todos por igual, sin distinciones de por medio.

090

BENASSINI FÉLIX Claudia

"La televisión binacional México-Estados Unidos", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 19, FMB, México, septiembre-octubre de 1991, pp. 23-26.

(7182-7178 A)

En este trabajo se intenta proponer posibles líneas de investigación con respecto a la televisión binacional, y su relación con prácticas comunicativas y procesos culturales más amplios. Es necesario contextualizar dichas propuestas al interior del estudio de la comunicación y sus relaciones con la cultura y la conformación de identidades colectivas.

091

BENASSINI FÉLIX Claudia

"El consorcio en el siglo XXI", *Topodrilo*, núm. 8, UAM-Iztapalapa, México, s/f, pp. 32-35.

(7313-7310 A)

En pocos meses de 1988, Televisa amplió considerablemente su área de influencia, mediante Galavisión y ECO. En estos momentos cabría preguntarse hasta dónde van los proyectos de expansión internacional y qué papel juega México dentro de los planes de Televisa. Este artículo intenta una breve explicación sobre los elementos que hicieron posible esta última expansión y una reflexión sobre el papel del consorcio en los albores del siglo XXI.

092

BENASSINI FÉLIX Claudia

"Nuevas perspectivas en el análisis del mensaje televisivo", *Comunicación y Sociedad*, núm. 13, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, septiembre-diciembre de 1991, pp. 89-100.

(7576-7572 A)

Ante el agotamiento de los supuestos de la tesis del imperialismo cultural y sus implicaciones en los análisis de contenido de los mensajes de la televisión, la autora propone una redefinición metodológica considerando sobre todo los aportes de la semiótica del texto y la interdisciplinización del estudio de los procesos de comunicación que los mensajes vehiculan.

093

BENASSINI FÉLIX Claudia

"Las televisoras de habla hispana en Estados Unidos y sus repercusiones en México" en Esteinou (ed.), *Comunicación y Democracia*, CONEICC, México, 1992, pp. 185-206.

(7067-7052 A)

La autora señala que a pesar de la homogeneidad palpable que caracteriza a las tres cadenas de televisión en español en Estados Unidos, Univisión y Telemundo están tomando providencias para elevar la calidad de sus formatos. Ello es más palpable en el caso de Univisión y sus revistas electrónicas. Desafortunadamente, este tipo de innovaciones tienen pocas repercusiones en México: Televisa sigue recetando a su auditorio el mismo videocosmos de hace siete años y las trilladas mesas redondas con discusiones interminables.

094

BENASSINI FÉLIX Claudia

"Entertainment in Mexican Television. The Case of Game Shows", *Mexican Journal of Communication*, vol. 1, núm. 1, FMB, México, september 1993, pp. 59-76.

(7762-7756 A)

Este artículo presenta un avance de investigación sobre el análisis de los programas de concurso que se transmiten en la televisión mexicana. Tiene dos propósitos fundamentales: contribuir al estudio analítico de los mensajes televisivos y permitir una mejor comprensión del género de los programas de concurso televisivo, como otro género, distinto de las telenovelas, que también merece ser analizado.

095

BENASSINI FÉLIX Claudia

Entre la rutina y la innovación: los egresados de nuestra carrera, Universidad Iberoamericana, Programa Institucional de Investigación en Problemas Educativos/Departamento de Comunicación, México, 1994, 119 pp.

Este reporte de investigación sobre las prácticas profesionales de los egresados de Comunicación de la UIA presenta en su primer capítulo el marco de referencia, en el segundo sintetiza la institucionalización de la comunicación como práctica educativa y como práctica profesional, en el tercero se hacen algunas consideraciones sobre la selección de la muestra y las limitaciones del trabajo; en el cuarto se resumen los principales hallazgos de la investigación, mis-

mos que en el último capítulo son tema de reflexión y propuesta de posteriores investigaciones.

096

BENASSINI FÉLIX Claudia (comp.)

Teorías de la Comunicación en Estados Unidos y en Europa, Edicom, Serie Iberoamericana de Comunicación, México, 1986.

(6789 A)

Este es un libro de texto que fue construido no sólo tratando de cubrir los aspectos del desarrollo teórico de la comunicación masiva, sino tratando de reflexionar sobre estos elementos y en torno al desarrollo teórico de su objeto de estudio. El volumen se divide en dos partes; en la primera se presenta una introducción al desarrollo teórico de la comunicación masiva y en la segunda se exponen textos sobre teoría de la comunicación.

097

BENASSINI FÉLIX Claudia, Etelvina HERNÁNDEZ AGUIRRE y Luis NÚÑEZ GORNES

Estudios sobre la Televisión en México 1950-1990. Sistematización Documental, UIA, México/FELAFACS, Bogotá, Colombia, 1990, 179 pp.

(6472 A)

Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación entre países latinoamericanos, que abre la posibilidad de trabajar de manera conjunta y comparativa en la descripción y diagnóstico de los medios de comunicación de masas, en este caso la televisión. El objetivo es realizar un arqueo bibliográfico y breves reseñas de los materiales existentes sobre el tema en el país.

098

BERNAL SAHAGÚN Víctor M.

"Televisión y anticultura en México" en Bernal y Torreblanca (coords.), *Espacios de Silencio*, Nuestro Tiempo, México, 1988, pp. 195-216.

(5121-5109 A)

Desde el punto de vista de la actualización de las relaciones entre publicidad y televisión en México, el autor afirma que si revisamos con el más objetivo espíritu crítico el contenido, la forma y los aspectos técnicos y tecnológicos de la televisión en México, difícilmente podemos hablar de un sistema de televisión mexicana en sentido estricto, pues revela en todo momento un alto grado de

dependencia del exterior y la permanente agresión a los más importantes elementos de la cultura nacional y los valores históricos del pueblo mexicano.

099

BERNAL SAHAGÚN Víctor M. y Eduardo TORREBLANCA JACQUES (coords.)

Espacios de Silencio. La televisión mexicana, Nuestro Tiempo, México, 1988.

(5109 A)

Este libro, compilación de ensayos diversos sobre la televisión mexicana, pretende no quedarse en la simple reflexión, ya de por sí útil, sobre los principales problemas que aquejan al sistema televisivo nacional, cada vez más transnacionalizado, sino que analiza las causas y hace propuestas para solucionarlos. Quizá la máxima cualidad de la obra es que todos los autores han participado y participan en la televisión mexicana, en las más diversas posiciones, enfrente y detrás de las cámaras.

100

BOHMANN Karin

Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México, Alianza/CONACULTA, Los Noventa, núm. 14, México, 1990, 399pp.

(6056 A)

Este libro describe y analiza el desarrollo histórico y contemporáneo de los medios de comunicación masiva en México, así como su inserción en el sistema socioeconómico del país. En general, se trata de reconocer los intereses que influyen en la política comunicativa de México y en las noticias e informaciones de los medios; aclarar si utilizan canales formales o informales para imponer sus fines específicos, y responder a la pregunta de hasta qué punto repercute esa influencia en la política de contenidos de cada medio, todo ello sobre la base de datos recopilados de la prensa, la radio y la televisión en sus más disímbolos y variados registros.

101

BOJALIL PARRA Sergio

“Participación crítica ante la televisión. Propositiones para asociaciones de televidentes” en Rebeil (coord.), *Propuestas para asociaciones de televidentes*, AMIC/Universidad Iberoamericana, México, 1986, 29 pp.

(3591-3586 A)

El autor de estas propuestas señala que una organización que quiera impulsar la formación de auditorios críticos ante los mensajes de la televisión requeriría definir una posición sobre diversos puntos, como la identidad cultural, la identificación con ciertos grupos sociales y la definición de una posición política, además de establecer acciones tendientes a dar a conocer lo que es y lo que significa la televisión.

102

BRAVO MONROY Juan José

“Repercusiones de la información radiofónica: el sismo de septiembre” en Rebeil *et al.*, *Perfiles del Cuadrante*, Trillas, México, 1989, pp. 139-148.

(5517-5506 D)

Sobre datos cuantitativos de la audiencia radiofónica en la ciudad de México, el autor elabora un argumento sobre la responsabilidad de los emisores, especialmente en cuanto a la información y la participación del público. A partir de la experiencia del terremoto de 1985 y el papel que la radio desempeñó en la organización de la respuesta ciudadana, el autor retoma el Plan de Emergencia de Comunicación en Casos de Desastre propuesto por los radiodifusores y aprobado por las autoridades.

103

BUENAVENTURA AMEZQUITA Juan Guillermo

Televisión y Estado en Colombia durante la administración de Belisario Betancour. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1988.

(6289 B)

104

BURKLE BONECCHI Martha

“La comunicación: constitutivo esencial de la sociedad. Una aproximación a la propuesta luhmanniana” en Orozco (coord.), *Televigencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 6, PROICOM, Universidad Iberoamericana, México, 1994, pp. 127-141.

(7745-7738 A)

El presente ensayo pretende ofrecer un recorrido epistemológico de la teoría de sistemas sociales de Luhmann, haciendo énfasis en su propuesta constitutiva de la sociedad, hasta llegar a determinar las principales aportaciones que pueden vislumbrarse desde la propuesta luhmanniana a la teoría de la recepción.

105

BUSTOS ROMERO Olga

"Por los caminos de la telenovela mexicana", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 35, FMB, México, junio-julio de 1994, pp. 42-44.

En este artículo la autora hace una doble propuesta: por un lado ir introduciendo cambios progresivos en las telenovelas, darles un carácter cultural, y por otro lado, diseñar programas de recepción crítica de los medios para que sean los propios públicos que consumen las telenovelas quienes reclamen los cambios que deben darse en las mismas.

106

CABALLERO HOYOS José Ramiro

Aprendizaje Autodirigido de la Física Teórica en Clave Comunicacional. Propuesta de una Nueva Pedagogía. Tesis de Maestría en Comunicación, ITESO, Guadalajara, 1990.

(6054 B)

Estudio ubicado en el campo de la metodología educativa, apoyado en las teorías del desarrollo cognoscitivo e instrumentado comunicacionalmente mediante una técnica de análisis del lenguaje natural y formal y de los mapas cognoscitivos operados por los libros de texto y por estudiantes de ingeniería.

107

CABALLERO Virgilio

"Alternativas locales de comunicación", *Segundo Foro Internacional de Comunicación de El Día*, México, 1988, pp. 123-130.

(4979-4975 A)

A partir de las experiencias de los sistemas estatales de Quintana Roo y Oaxaca, el autor afirma que los medios de comunicación regionales son definitivamente una guía para que la comunidad social se democratice, en la medida en que logren expresar los juegos de fuerzas locales, las etnias, los grupos, las clases sociales que no han

tenido cabida en la televisión hasta ahora. Sin embargo, este esquema de comunicación regional no está exento de reproducir los vicios del centralismo.

108

CALETTI Rubén Sergio

“Las políticas de comunicación en México: una paradoja histórica en palabras y en actos” en Fox (ed.), *Medios de Comunicación y Política en América Latina*, Gustavo Gili, Barcelona, 1989, pp. 90-106.

(5540-5535 D)

Para el autor de este ensayo, durante la década de los setenta y buena parte de los ochenta, la casi ininterrumpida discusión en torno al papel de los medios masivos, así como respecto al que juegan las instituciones gubernamentales en el campo de la comunicación social en México, constituyó una de las vertientes más llamativas y singulares del proceso político mexicano. No fue, en rigor, un debate: fueron varios, a veces superpuestos; a veces más o menos articulados, a veces fragmentados.

109

CALLES SANTILLANA Jorge

“Modernidad, democracia y comunicación” en Esteinou (ed.), *Comunicación y Democracia*, CONEICC, México, 1992, pp. 79-96.

(7057-7052 A)

El autor señala que una de las tareas fundamentales que deben ser desplegadas por los medios es la de poner la semilla de una nueva cultura política, más madura, más reflexiva, más analítica, más crítica, menos prejuiciosa, que conduzca a que los grupos políticos asuman con mayor responsabilidad su función de proponer proyectos que conduzcan los procesos políticos y sociales de nuestro país.

110

CARABAZA Julieta, Irene EWALD y Sofía Elena RODRÍGUEZ C.

Historia de los medios de comunicación en Saltillo. Origen y Evolución, CONEICC/U.A. de Coahuila/P.C. de las Fronteras, Saltillo, enero de 1989, 25 pp.

(5627 A)

Este trabajo consiste en una reseña descriptiva del surgimiento y evolución de los medios impresos y electrónicos en Saltillo, particu-

larmente prensa diaria, radio y televisión, tratando de recuperar la historia de estos sectores de la comunicación en la localidad, y conjugando elementos que están al alcance del conocimiento general. Las autoras tratan de plasmar las características particulares del fenómeno comunicativo en la capital del estado de Coahuila.

111

CARABAZA Julieta e Irene EWALD

Historia de los medios de comunicación en Coahuila, Universidad Autónoma de Coahuila, Saltillo, 1992, 245 pp.

(7581 A)

Este trabajo plantea el surgimiento y desarrollo de los medios de comunicación colectiva en Coahuila. La preocupación parte de una investigación anterior sobre la descripción de los medios en Saltillo y de la necesidad de que aquel trabajo tuviera una cobertura más amplia. Este estudio se centra en la historia de la prensa, radio y televisión de Coahuila, aspecto poco abordado en la descripción del conjunto regional. De esta forma uno de los objetivos principales fue generar material bibliográfico que sirviera de base para la comprensión y análisis de la dinámica comunicativa estatal; además, detectar semejanzas y diferencias en los emisores de la comunicación regional.

112

CARBÓ Teresa

“Acerca de la literalidad como fascinación” en Piccini (ed.), *La Imagen del Tejedor*, FELAFACS/Gustavo Gili, México, 1989, pp. 99-123.

(5441-5438 D)

Este ensayo presenta una reflexión de la autora sobre cómo los lingüistas, atareados en descubrir qué es lo que un hablante hace al decir lo que dice, corren el riesgo de olvidar que el primer y básico gesto del que habla es decir lo que dice. Ni más ni menos que ello: producir una formulación significativa que, tejida en una cierta red léxica, sintáctico-semántica y pragmática, puede desplegar en primera, y en algunas ocasiones quizás también en última instancia, un sentido cercano a la letra, un sentido literal.

113

CARBÓ Teresa

"La construcción discursiva de una identidad: el caso de la población indígena", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 7, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, septiembre de 1989, pp. 251-262.

(6019-6012 A)

Mediante un ejemplo hipotético de discurso oficial sobre indigenismo, la autora analiza y cuestiona las implicaciones y manifestaciones de poder en un discurso, cuyo sujeto está ausente de su producción.

114

CARO GARCÍA Ma. Concepción

La deuda externa a través del discurso del poder en México 1987-1988. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1989.

115

CARREÑO CARLÓN José

"1962-1992: México a través de los medios", *Intermedios*, núm. 1, RTC, México, marzo-mayo de 1992, pp. 4-11.

A lo largo de las tres últimas décadas los cambios en los medios de comunicación en México, especialmente en los medios impresos y audiovisuales, han sido fundamentales. La renovación de los cuadros directivos y la transformación de los medios privados y los medios públicos en nuestro país son algunos de los temas que desarrolla este ensayo.

116

CASARES ARRANGOIZ Pablo

"Informática, educación y dependencia. Necesidad de investigación y apropiación", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 21, FELAFACS, Lima, Perú, julio de 1988, pp. 86-96.

(5083-5079 A)

117

También en Gómez Mont (ed.), *Nuevas Tecnologías de Comunicación*, Trillas, México, 1991, pp. 223-242.

El autor presenta un análisis de la situación de la informática en la educación de los países latinoamericanos y las implicaciones sociales que de esta situación se desprenden. A manera de ejemplo, revisa un gran proyecto de alfabetización computacional, que no responde quizás a intereses de muchos mexicanos y que, por otro lado, tampoco cuenta con el personal necesario para llevarse a cabo con éxito.

118

CASARES ARRANGOIZ Pablo

"Comunicación organizacional: una asignatura pendiente", *Umbrales XXI*, núm. 4, Universidad Iberoamericana, México, otoño de 1990, pp. 56-58.

(6912-6903 A)

La teoría de la comunicación en América Latina ha estado ligada a preocupaciones como el imperialismo y la dependencia; la desigualdad económica y la dominación política; la cultura popular y la autogestión. Su incidencia en el ámbito de las organizaciones, en cambio, ha sido muy limitada.

119

CASARES ARRANGOIZ Pablo

"Universidad y comunicación organizacional en México", *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, núm. 3, PROICOM, Universidad Iberoamericana, México, marzo de 1992, pp. 71-90.

(6814-6811 A)

120

También en inglés "Organizational Communication in Mexico", *Mexican Journal of Communication*, vol. 1, núm. 1, FMB, México, september 1993, pp. 53-58.

(7761-7756 A)

En este trabajo se busca un acercamiento desde la investigación universitaria al campo de la comunicación organizacional, proponiendo un modelo para diseñar una estrategia comunicativa integral en diversas instituciones. Para ello se señalan algunos elementos del desarrollo de este campo profesional en su contexto, se hace una somera reflexión sobre la escasa relación de la investigación en las universidades con este campo profesional y se plantea que es posible un mayor acercamiento. Finalmente, se proponen elementos para el diseño de un modelo de comunicación organizacional.

CASAS PÉREZ María de la Luz

“Medios de comunicación e industria cultural. La conformación de una cultura política a través de la prensa escrita, en relación al Tratado Trilateral de Libre Comercio México-Estados Unidos-Canadá” en Solís (comp.), *Las Industrias Culturales*, CONEICC/Opción, México, 1992, pp. 21-42.

(7095-7093 A)

Este trabajo es resultante de una labor de investigación centrada en el análisis de la relación medios de comunicación impresos-cultura política, como parte de una perspectiva más global del fenómeno de la conformación de una cultura política en la sociedad civil a través de mecanismos diversos de ideologización del Estado. La premisa sobre la que se basa el análisis es la de que una conducta política se fundamenta primero, en una visión del mundo preferible sobre algunas otras, y segundo, en la posesión de la información y/o los recursos necesarios para la movilización de acciones prescritas para una determinada conducta política, de manera tal que si la información no es significativa o suficiente debilitará o inhibirá la conformación de una determinada cultura política en ese sentido.

CASAS PÉREZ María de la Luz

Análisis del ámbito sociopolítico en el que se enmarca una posible política cultural de comunicación, ante la perspectiva del Acuerdo Trilateral México-Estados Unidos-Canadá. Tesis de Doctorado en Ciencia Política, FCPyS, UNAM, México, 1994, 196 pp.

(7695 B)

Las condiciones muy específicas que plantea la posibilidad de la puesta en marcha del acuerdo trilateral de comercio entre México, Estados Unidos y Canadá sientan las bases para un cuestionamiento de las tendencias rectoras —externas a nuestra realidad nacional— que México ha venido experimentando no sólo en materia de comercio, sino también de comunicación y que una vez más se hacen patentes. La tesis contempla el hecho no solamente bajo la perspectiva de sus alcances políticos, sino también en cuanto a las condiciones en las que se plantea el acuerdo para México y su relevancia para la práctica de la comunicación social y para el intercambio de información que se dará como consecuencia entre los tres países.

CASAS PÉREZ María de la Luz

“Modernidad, identidad cultural y medios de comunicación” en Lozano (ed.), *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC I*, CONEICC, México, 1994, pp. 19-46.

(8001-8000 A)

Este trabajo tiene como objetivo analizar una vez más, entre otras cosas, nuestra condición de país premoderno por sus tradiciones, moderno por decreto y posmoderno por su efervescencia cultural. ¿Cuáles son los nexos que conectan el discurso de la modernidad con el de la identidad, no nacional sino cultural de los pueblos, y con el proyecto globalizador que circula libremente a través de los medios de comunicación? ¿Cómo es que el Estado articula los mecanismos de modernización y los da a conocer, sin aparente contradicción con los intereses de los movimientos y de los sujetos sociales, y en consonancia con una utopía alcanzable para todos?

CASSIGOLI Armando

“Comunicación verbal y comunicación no verbal, dos formas inextricablemente unidas en el animal humano”, *Revista Interamericana de Sociología*, año 1, núm. 2, segunda época, México, mayo-agosto de 1987, pp. 21-28.

(4972-4971 A)

Este artículo revisa los principales aportes de la reciente investigación norteamericana al estudio de nuevas áreas de la comunicación no verbal: la cinésica, las características físicas, la conducta táctil, el paralenguaje, los artefactos, los factores del entorno, la proxémica.

CASTELLANOS Ana María de la O

“Un acercamiento a la historia de la exhibición cinematográfica en Unión de Tula”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 21, DECS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-agosto de 1994, pp. 183-190.

(8070-8078 A)

Este artículo analiza el fenómeno cinematográfico en un poblado pequeño del estado de Jalisco desde sus orígenes, con la aparición de las primeras exhibiciones y las primeras salas cinematográficas, hasta la reciente extinción de las funciones debido al ingreso de videos traídos por los inmigrantes que regresan de los Estados Unidos.

CASTRO y LLURIA Rafael

"Informática y discurso. La introducción de la computadora en la educación", *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, núm. 1, UAM-Xochimilco, México, octubre de 1991, pp. 169-179.

(6828-6821 A)

En este artículo, que sintetiza su tesis de maestría, el autor señala que la relación entre informática y educación no se limita a la presencia de la computadora en la escuela, de suyo importante si se le considera como parte de la posible transición del carácter artesanal de la educación hacia una situación de pretendida modernidad. Dicha relación abarca también el conjunto de formas a través de las cuales se lleva a cabo el proceso de socialización del fenómeno técnico, entre las que se encuentra el momento del discurso como el lugar donde se interpreta y construye el sentido de la tecnología.

CERRO PALACIO María Luisa y Teresa del Pilar NIÑO BENAVIDES

Diagnóstico del manejo de la imagen interna de la Universidad Iberoamericana. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1991.

CERVANTES BARBA Cecilia

Los Estrategas de la Comunicación. Alternativas Metodológicas frente a la Persistencia del Maniqueísmo. Tesis de Maestría en Comunicación, ITESO, Guadalajara, 1992.

(6786 B)

Análisis de la producción de cuatro investigadores de la comunicación: Manuel Martín Serrano, Jesús Martín Barbero, Guillermo Orozco Gómez y Enrique Sánchez Ruiz, enfatizando los trayectos metodológicos en que, alrededor de los conceptos de "mediación", estos autores han aportado herramientas científicas cada vez menos dualistas para investigar la comunicación.

CERVANTES BARBA Cecilia

"Análisis de contenido y etnografía en el estudio de la producción de noticias" en Cervantes y Sánchez Ruiz (coords.), *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*, CEIC, Universidad de Guadalajara/ALAIC, Guadalajara, 1994, pp. 77-104.

(7721-7717 A)

Este documento tiene como objetivo compartir los lineamientos generales de una propuesta metodológica orientada hacia el estudio de la producción de noticias, esto es, al análisis de productos (las noticias) y de procesos a través de los cuales se "manufacturan" dichos productos al interior de las organizaciones de medios.

130

CERVANTES BARBA Cecilia y Enrique E. SÁNCHEZ RUIZ (coords.)
Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas, CEIC,
Universidad de Guadalajara/ALAIC, Guadalajara, 1994, 395 pp.
(7717 A)

A principios de 1993 la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación lanzó, desde su sede en Guadalajara, una convocatoria para recibir colaboraciones a fin de editar un libro colectivo sobre metodología y técnicas de investigación de la comunicación. Se trataba de comenzar a subsanar una carencia importante: la virtual inexistencia de guías metodológicas, de utilidad tanto para estudiantes del área que comienzan una tesis como para investigadores que, o son nuevos, o se inician en alguno de los "subcampos" de nuestra amplia y compleja interdisciplina, para proceder a realizar investigaciones concretas, puntuales. El libro es el resultado de tales colaboraciones.

131

CHARLES CREEL Mercedes
"La escuela y los medios de comunicación social: la relatividad del proceso hegemónico", *Perfiles Educativos*, núm. 34, CISE, UNAM, México, octubre-diciembre de 1986, pp. 41-49.
(3811-3810 A)

Este artículo aborda, desde un punto de vista teórico, la manera como la escuela y los medios de comunicación son entidades sociales que participan en la consolidación de la hegemonía, como organismos creadores y diseminadores de significaciones sociales. Se hace una revisión general del problema de la hegemonía y de las instituciones que actúan como instancias medulares para la obtención del consenso social. Se analiza la producción social de estructuras de sentido que circulan en la sociedad y las relaciones de poder como estrategias para implantar la hegemonía.

CHARLES CREEL Mercedes

Nacionalismo, educación y medios de comunicación. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1987.

(3806 B)

Este trabajo, de carácter eminentemente teórico, incluye un sondeo exploratorio que tiene como finalidad conocer, *grosso modo*, el concepto de nación, así como su proyección utópica, que tienen niños de sexto año de primaria del Distrito Federal. Es una tarea apremiante sujetar a discusión el significado de términos tales como el nacionalismo y la identidad nacional, y tratar de entender cuál es la relación entre estos fenómenos y los aparatos de hegemonía con mayor penetración en la sociedad moderna: la escuela y los medios de comunicación.

CHARLES CREEL Mercedes

"El problema de la cultura o la cultura como problema", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 3, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, mayo de 1987, pp. 119-150.

(4314-4309 A)

A partir de un bosquejo histórico de la cultura nacional, la autora propone analizar este tópico a través de la comprensión de diferentes concepciones del mundo o "formas culturales" que coexisten y se mezclan orgánica y conflictivamente en una área nacional específica. La estructura simbólica que surge de esta relación recíproca de la cultura oficial, las culturas populares, las culturas "cultivadas", etcétera, dan lugar a la dinámica cultural.

CHARLES CREEL Mercedes

"La televisión y los niños. El reto de vencer al Capitán América" en Sánchez Ruiz (comp.), *Teleadicción Infantil: ¿Mito o Realidad?*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1989, pp. 15-26.

(6041-6040 A)

Este artículo trata de los hábitos de exposición televisiva de los niños, con datos tomados de una investigación más amplia realizada en 1985, que tenía por objeto mostrar la relación existente entre el concepto de nación que manejan los niños y aquel que emana de la escuela y de la televisión a través de sus discursos y mensajes. También se revisa la programación infantil que ofrecen la televisión

privada y la gubernamental, concluyendo con algunas sugerencias para la elaboración de una barra infantil de televisión.

135

CHARLES CREEL Mercedes

Educación superior y medios de comunicación: un encuentro conflictivo en el campo de la producción cultural, Reflexiones Universitarias, núm 3, UAM-Xochimilco, México, 1989, 18 pp.

(6354 A)

La autora realiza en este trabajo una descripción comparativa entre los medios de comunicación y la universidad con el fin de esclarecer el papel, la confluencia y las relaciones que se dan entre ambas instituciones sociales al contar con una presencia simultánea y conflictiva en el campo de la producción cultural. Ambas instituciones, a pesar de compartir el espacio en el campo de la producción cultural, cuentan con diversas lógicas, racionalidades, objetivos y estructuras de funcionamiento que determinan tanto su comportamiento dentro del mercado de bienes simbólicos, como las características de la propuesta cultural que difunden.

136

CHARLES CREEL Mercedes

“Los medios de comunicación en la construcción de la cultura de los jóvenes”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 25, FELAFACS, Lima, Perú, octubre de 1989, pp. 26-32.

(6065-6064 A)

En este artículo se señala que los medios de comunicación forman parte del universo cultural de los jóvenes urbanos, pero es poco lo que conocemos sobre los efectos que se producen en este proceso de interrelación. Interrelación compleja que implica desde la motivación para acercarse a determinados productos, los criterios de selección, de preferencia o de rechazo, las condiciones y los procesos de recepción, el contenido de los mensajes, hasta la huella que dejan en la constitución de la cultura y de la identidad de los jóvenes.

137

CHARLES CREEL Mercedes

“Cultura femenina y medios de comunicación (un tejido de complicidades)”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 10, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1990, pp. 167-186.

(6440-6432 A)

El objeto central de este artículo es la construcción de un concepto de lo femenino y particularmente la forma que adquiere bajo la intervención de los medios de comunicación. La imagen femenina y su rol son de subordinación al hombre y esto sucede de un modo genérico y transclasista, pero especialmente de un modo clasista. Los roles femeninos son los de esposa, madre y ama de casa. Los medios se han encargado de reforzar esos roles, aunque hay contrapropuestas también.

138

CHARLES CREEL Mercedes

“Aparato escolar y medios de comunicación” en Charles y Orozco (comps.), *Educación para la Recepción*, Trillas, México, 1990, pp. 68-81.

(6332-6327 A)

La confirmación de que el aparato escolar pierde relevancia en la educación mientras los medios de comunicación adquieren una presencia cada vez más significativa en los procesos educativos, sirve a la autora para desarrollar una propuesta para que el sistema educativo responda al reto de los medios de comunicación. El punto de partida es que el sistema educativo en su conjunto tome un posición frente al problema que se traduzca en acciones específicas dirigidas hacia distintos polos y momentos del ciclo de la comunicación: emisión, mensaje y recepción. Cada conjunto de acciones tiene objetivos concretos e involucra instancias y recursos distintos.

139

CHARLES CREEL Mercedes

“Recepción crítica y organizaciones populares: la experiencia de Brasil” en Charles y Orozco (comps.), *Educación para la Recepción*, Trillas, México, 1990, pp. 216-226.

(6343-6327 A)

Este es un recuento histórico de varias experiencias de recepción crítica en Brasil, centrandó el análisis en la dinámica existente entre los medios de comunicación y las organizaciones populares. A diferencia de lo que ha sucedido en los países europeos, en Brasil los procesos de educación para los medios se originan y se desarrollan desde y para las organizaciones populares y no dentro de los sistemas educativos. Estos proyectos de recepción crítica han sido impulsados primordialmente por organizaciones eclesíásticas.

CHARLES CREEL Mercedes y Guillermo OROZCO GÓMEZ (eds.)

Educación para la Recepción. Hacia una Lectura Crítica de los Medios, Trillas, México, 1990, 246 pp.

(6327 A)

Los autores de este libro aportan las experiencias que han adquirido en el campo de la educación para la recepción en diversas regiones del mundo, en un intento que, al llevarse a cabo en todas las latitudes, compromete al ser humano a utilizar los medios de comunicación en tanto recursos para su desarrollo integral y no como instrumentos de dominación o de comercialización indiscriminada.

CHARLES CREEL Mercedes y Guillermo OROZCO GÓMEZ

Del sujeto individual al sujeto colectivo en la educación para la recepción, Cuadernos de Diálogos, núm. 8, FELAFACS, Bogotá, Colombia, septiembre de 1990, 9 pp.

(6096 A)

Los orígenes de la educación para la recepción se remontan a más de dos décadas en algunos países europeos y en Australia. A lo largo de estos años, la educación para la recepción no ha tenido desarrollo sostenido. Mientras que en los Estados Unidos su auge tuvo lugar en los setenta y actualmente se observa una franca decadencia del interés general de la población en este tipo de educación, en países como Inglaterra el interés ha resurgido, así como en Latinoamérica, donde las experiencias de educación para la recepción se multiplican. En Chile y Brasil, además, los esfuerzos se institucionalizan.

CHARLES CREEL Mercedes y Guillermo OROZCO GÓMEZ

Educación para los Medios. Una propuesta integral para maestros, padres y niños, UNESCO/ILCE, México, 1992, 260 pp.

CINO BURKEVICS Liliana Tamara

Infraestructura de información para la cooperación económica y técnica entre países en desarrollo. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1987.

(4652 B)

El flujo de datos transfronterizas se considera una actividad indispensable entre países en desarrollo para que los procesos de coopera-

ción económica y técnica se den exitosamente. La autora describe un sistema piloto promovido por diversos organismos de las Naciones Unidas, a través del cual se establecen líneas horizontales de comunicación para la cooperación económica y técnica entre países en desarrollo que desean conocer las necesidades entre ellos y sus capacidades para establecer soluciones conjuntas.

144

CISNEROS ESPINOSA José

“Los conceptos de educación y cultura y el funcionamiento actual de nueve radiodifusoras educativas y culturales” en Aceves, Arredondo y Luna (comps.), *Radiodifusión Regional en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 137-154.

(6731-6720 A)

Además de una amplia discusión conceptual sobre lo que pudiera ser la radiodifusión educativa y cultural, este primer acercamiento al estado actual que guardan las radiodifusoras educativas y culturales de la región central del país permite hacer cuestionamientos específicos cuyas respuestas posibiliten un nuevo desarrollo del medio, preguntas que tienen que ver lo mismo con la organización interna de la emisora, el diseño de sus barras programáticas y el manejo de formatos radiofónicos participativos, que con sus políticas de relación con la audiencia. De este amplio nivel de análisis surgen dos necesidades básicas: impulsar modelos de radiodifusión participativos y replantearse los conceptos de educación y cultura que sustentan las propias prácticas radiofónicas.

145

CORDERA CAMPOS Rolando

“Medios de comunicación y sociedad deliberativa en los tiempos del tránsito” en Varios, *Medios, Democracia y Fines*, UNAM/Notimex/FFN, México, 1990, pp. 25-36.

(6446-6444 A)

Este ensayo señala que la democratización de México implica el fortalecimiento integral del Congreso y las otras instancias colegiadas representativas, como los ayuntamientos y los congresos estatales. Ello, a su vez, supone e impulsa el desarrollo de un sistema de partidos efectivo y durable, única forma de darle a la pluralidad política una real consistencia. De hecho, la reforma política a que se aspira para dar paso a un perfil plenamente democrático del orden

político nacional, es inseparable de una reforma a fondo del Estado, donde los medios de comunicación masiva tienen un lugar importante, como vehículos centrales para encauzar y dinamizar el proceso de transición, aunque el sentido de esa intervención no esté definido de antemano.

146

CORDERA CAMPOS Rolando

“Democracia política y medios de comunicación”, *Intermedios*, núm. 2, RTC, México, junio-julio de 1992, pp. 24-29.

Por definición, un gobierno democrático es un sistema “por discusión”. Los medios de comunicación deben insertarse en esta discusión y reproducirla tal cual, fielmente. La democracia se ejerce en la realidad, y es sólo a través de los medios de comunicación en donde aquélla se socializa y enriquece.

147

CORNEJO PORTUGAL Inés María de los Angeles

“La recepción activa integral” en Rebeil (coord.), *Propuestas para asociaciones de televidentes*, AMIC/Universidad Iberoamericana, México, 1986, 26 pp.

(3590-3586 A)

La primera parte de este trabajo trata de entender la relación educación-comunicación y por qué precisamente a partir de la década de los sesenta los medios de comunicación masiva en las sociedades dependientes empiezan a jugar una labor educativa. En la segunda parte la autora trata de revisar las diferentes alternativas de respuesta frente a la televisión y, por último, elaborar una alternativa de trabajo, así como plantear sugerencias de líneas de cuestionamiento.

148

CORNEJO PORTUGAL Inés María de los Angeles

La Voz de la Mixteca y la comunidad receptora de la mixteca oaxaqueña. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1991.

(6266 B)

CORNEJO PORTUGAL Inés María de los Angeles

“Presencia de La Voz de la Mixteca en la comunidad receptora de Tlaxiaco, Oaxaca” en Aceves, Arredondo y Luna (comps.), *Radiodifusión Regional en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 155-167.

(6732-6720 A)

Las conclusiones de este estudio sobre la relación entre el medio radiofónico y la vida de la población entrevistada podrían expresarse de la siguiente manera: la destacada presencia del medio radiofónico en la población receptora confirma que la radio continúa siendo el sistema con mayor potencial en este sector rural; la audiencia para el medio no es privativa de otras actividades y está en relación con la organización del tiempo cotidiano de la población; a diferencia de lo que ocurre en las ciudades, donde la recepción grupal se está modificando hasta tornarse totalmente individual, para el caso de la población investigada el auditorio está motivado a comentar y platicar en familia lo que se difunde por la radio.

CORNEJO PORTUGAL Inés María de los Angeles

“El psicodrama aplicado al estudio de la recepción familiar televisiva”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 14/15, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-agosto de 1992, pp. 39-63.

(7671-7668 A)

Sobre la base de que el estudio de las prácticas de mediación en la recepción televisiva supone innovar, el texto propone nuevas técnicas de investigación que permitan dar cuenta de cómo las “formas de ver televisión” son recreadas y mediadas desde el ámbito familiar. En este caso se utilizan técnicas de psicodrama para observar más la acción del sujeto que su verbalización.

CORNEJO PORTUGAL Inés María de los Angeles

“La Voz de la Mixteca: diagnóstico y perspectivas”, *Cuadernos del Posgrado en Comunicación*, núm. 1, Universidad Iberoamericana, México, agosto de 1992, pp. 37-64.

(6818-6816 A)

También en *Diá-logos de la Comunicación*, núm. 35, FELAFACS, Lima, Perú, marzo de 1993, pp. 41-51.

En este trabajo se analiza el proyecto radiofónico de XETLA, a partir de la investigación que presentó su autora como tesis de maestría, realizada en la Mixteca Alta y Baja del estado de Oaxaca. La investigación se implementó a través de un cuestionario de 90 preguntas. La muestra fue rigurosamente elaborada con base en el método de proporciones e incluyó mestizos e indígenas triquis y mixtecos. Este ensayo retoma las conclusiones de la investigación y sugiere algunas líneas de acción para el proyecto radiofónico de la difusora.

CORNEJO PORTUGAL Inés María de los Angeles

“La radio cultural indigenista: punto de encuentro entre lo indígena y lo masivo”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 20, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-abril de 1994, pp. 33-66.

(8061-8059 A)

En el presente ensayo se considera el ámbito del receptor como un campo de negociación en donde el auditorio no se apropia indiscriminadamente de lo que ve, oye o recibe, sino que dicha apropiación responde, entre otras cosas, a una historia particular de los sujetos, en la que tiene que ver el contexto sociocultural y económico, el tipo de sociedad y los escenarios específicos familiar, comunitario, escolar en los que se ha producido la relación con el medio. En referencia a los medios masivos, particularmente la radio, en las comunidades indígenas las familias constituyen la unidad básica de la audiencia, puesto que en ellas se “recrean”, “apropian” o “rechazan” los contenidos propuestos por el medio.

CORNEJO PORTUGAL Inés María de los Angeles

“¿Cómo la ves? El psicodrama aplicado para el estudio de la recepción televisiva de los niños” en Orozco (coord.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 6, PROHCOM, Universidad Iberoamericana, México, 1994, pp. 89-106.

(7743-7738 A)

El punto de partida de este ensayo es el reconocimiento de la necesidad de buscar alternativas metodológicas para investigar los procesos de recepción televisiva. Tradicionalmente los científicos sociales y los estudiosos de la comunicación se han propuesto conocer el tema determinando variables, aislando causas, definiendo funciones y utilizando instrumentos cualitativos o cuantitativos que recrean los procesos de los sujetos a través de la verbalización. Por el contrario, la discusión en estas páginas se propone sustentar que la propuesta psicodramática al “poner en escena” determinadas situaciones de la vida de “un protagonista”, revela contenidos, significados, expresiones, sentimientos, emociones que en el relato verbal pueden ser suprimidos o postergados.

155

CORONA BERKIN Sarah

Televisión y juego infantil. Un encuentro cercano, UAM-Xochimilco, México, 1989, 174 pp.

(6035 A)

Partiendo del niño, no como una forma más de desmembrar el fenómeno de la comunicación, sino como el destinatario donde, finalmente, adquiere significación el proceso, este trabajo, que resume la tesis doctoral de la autora, trata de entender la diferente apropiación televisiva por clase social y sexo. Para ello, estudia un grupo de niños mexicanos de cinco años de dos clases sociales diferentes que habitan en la ciudad de México.

156

CORONA BERKIN Sarah

“El niño y la televisión: una relación de doble apropiación (el caso de Los Superamigos)” en Sánchez Ruiz (comp.), *Teledicción Infantil: ¿Mito o Realidad?*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1989, pp. 69-78.

(6044-6040 A)

Este artículo expone los resultados de una investigación en que se observó el juego de los superamigos en niños de cinco años de dos clases sociales. Posteriormente se aplicó a los juegos el modelo actancial semántico de Greimas. La metodología seguida permitió reflexionar sobre la televisión, su relación con los niños y los “universales infantiles”. El observar los rasgos repetitivos del juego y compararlos con aquellos que ofrece la televisión proporcionó una visión de las características dominantes y de las diferencias por clase social y sexo.

157

CORONA BERKIN Sarah

"Para jugar con la televisión" en Charles y Orozco (comps.), *Educación para la Recepción*, Trillas, México, 1990, pp. 49-57.

(6330-6327 A)

La inquietud principal que plantea este trabajo se centra en el proceso de apropiación y uso de los mensajes televisivos por parte de los niños, subrayando su importancia dentro de la actividad lúdica. La autora retoma autores como Winnicott, Freud y Eriksson para resaltar la importancia del juego como acto creativo que proporciona identidad al grupo, aglutina, reúne el mundo del niño con el mundo exterior.

158

CORONA BERKIN Sarah

"La televisión: informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre melón y sandía", *Comunicación y Sociedad*, núm. 16/17, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, septiembre 1992-abril 1993, pp. 195-239.

(7682-7678 A)

La autora propone renovar la discusión sobre los orígenes de la televisión-en México, reproduciendo el famoso documento de Novo y González Camarena, que en 1948 planteó por primera vez las dicotomías centrales: cultura popular o alta cultura; tecnología o contenido; sector privado o sector público; nacional o extranjero.

159

CORONA BERKIN Sarah y Evelyn Díez-MARTÍNEZ DAY

"El libro como objeto cultural. Un estudio comparativo con niños de dos grupos sociales", *Comunicación y Sociedad*, núm. 18/19, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-diciembre de 1993, pp. 47-66.

(7712-7710 A)

Para tratar de responder la pregunta ¿qué es lo que saben los niños del libro?, las autoras trabajaron con una muestra de 60 niños, de primero, tercero y sexto de primaria, en una escuela privada del Distrito Federal y una pública rural en un poblado del Estado de México, sobre la base de las representaciones gráficas de los niños.

CORRAL CORRAL Manuel de Jesús

La comunicación popular en México. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1986.

Esta tesis argumenta que debido a las desigualdades sociales, en las sociedades actuales de cualquier signo, la comunicación, como diálogo exento de dominio, aparece como una necesidad radical insatisfecha. Hay hombres que se amoldan sin más al tipo de comunicación generalizado; otros simplemente se aprovechan de él; pero los hay también que lo cuestionan y luchan por transformarlo. De ahí surgen las prácticas de comunicación popular que el autor analiza en el caso mexicano.

CORRAL CORRAL Manuel de Jesús

“Notas para una historia del periodismo duranguense en el siglo XIX”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 10, FMB, México, marzo-abril de 1990, pp. 26-28.

(6192-6188 A)

Una pesquisa rápida sobre el periodismo del siglo pasado en Durango es suficiente para darse cuenta de que se trata de un periodismo embrionario, germinal, naíf en cierta forma, en cuanto que no estaba conformado como empresa ni el escrito periodístico se concebía como mercancía. Era, además, un periodismo doctrinario de contenido fundamentalmente político y en el que la información se entregaba al lector en el envoltorio de un lenguaje que, visto ahora, resulta ampuloso y retórico.

CORRALES DÍAZ Carlos

El significado sociocultural de las nuevas tecnologías de comunicación, Huella, núm. 14, Cuadernos de Divulgación Académica, ITESO, Guadalajara, 1987, 33 pp.

(3809 A)

Este cuaderno ofrece una panorámica general de las cuestiones implicadas en el estudio de las nuevas tecnologías de comunicación. Especialmente significativa resulta la diferencia, ordinariamente pasada por alto en otros estudios de este tipo, entre las tecnologías de información y las tecnologías de comunicación, distinción que per-

mite centrar la atención precisamente en aquellos aspectos que mejor apuntan a la comprensión del fenómeno desde una perspectiva socio-cultural.

163

CORRALES DÍAZ Carlos

"La profesión de comunicador", *Renglones*, núm. 20, ITESO, Guadalajara, agosto de 1991, pp. 37-42.

(7294-7292 A)

Oculto o disfrazado, entre embozado y bosquejado, la profesión de comunicador lucha por conquistar su significado social desde las cuatro áreas de desempeño profesional en que se le ubica, según se desprende de la investigación coordinada por el autor sobre el significado social del comunicador, realizada desde el ITESO en la zona metropolitana de Guadalajara. Esta investigación se ubica dentro de una sistematización de las prácticas profesionales del comunicador realizada con el fin de caracterizar las prácticas, explicarlas, significarlas y establecer futuras líneas de transformación. De estos trabajos surgen los supuestos que sirven de base a la indagación del significado social del comunicador.

164

CORRALES DÍAZ Carlos

Proyectos de Comunicación: una estrategia en la práctica profesional de comunicación, Huella, núm. 20, Cuadernos de Divulgación Académica, ITESO, Guadalajara, 1991, 65 pp.

(6745 A)

La idea central de este trabajo, que la efectividad y la utilidad del desempeño profesional del comunicador dependen de la oportunidad que tenga éste para decidir su acción de intervención, desde la misma definición de necesidades, se complementa con una disertación sobre las ventajas de los proyectos; el papel que juegan la investigación y la planeación; las interrelaciones de éstas y el carácter predictivo, prospectivo y creativo de la planeación.

165

CORTÉS María del Carmen

"La escuela ante la influencia de los medios: propuestas de recepción crítica" en Charles y Orozco (comps.), *Educación para la Recepción*, Trillas, México, 1990, pp. 82-92.

(6333-6327 A)

La autora elabora una serie de propuestas para integrar una educación en medios de comunicación en el ciclo escolar básico. El objetivo principal es que la escuela pueda brindar una educación integral que permita a los alumnos constituirse en personas críticas y expresarse en forma creativa. Para lograr eso, la primera acción que resulta indispensable realizar es la modificación del currículum de formación de maestros en las escuelas normales, ya que el maestro debe constituirse, primero, en un ser crítico y reflexivo como receptor de mensajes de medios para, posteriormente, promover esta actitud en los alumnos.

166

COVARRUBIAS Karla, Angélica BAUTISTA y Ana B. URIBE

Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social, Trillas/FELAFACS, México, 1994.

Las autoras presentan los resultados de una investigación hecha en torno a la motivación que impulsa a los televidentes a preferir las telenovelas, así como a la influencia que este género ejerce sobre la vida cotidiana y las relaciones familiares de las personas. Analizan de qué forma el público adopta el lenguaje y los patrones de conducta de los protagonistas de una telenovela, e incluso llega a hacer suyos los problemas de los personajes. Para tal efecto, las autoras examinan cómo está escrito el guión, qué momentos y situaciones lo componen, de qué modo se construyen sentimientos de amor, odio, placer, poder, etcétera.

167

CREMOUX Raúl

Comunicación en cautiverio. Usos y abusos de la publicidad gubernamental, Planeta, México, 1991.

Este libro es un conjunto de ensayos del autor que pueden resumirse en que a pesar del discurso oficial que dice promover el cambio, esto no se ve en la vida cotidiana. Hasta ahora, la política de comunicación instrumentada ha consistido en ampliar, magnificar la figura presidencial, incluso en detrimento o franco olvido de todo el gabinete, y lo que es más decisivo, de todas las llamadas instituciones. Ha sido un martilleo incesante para magnificar a un hombre al que se ha pretendido erigir en un ser metafísico.

CRESPO José Antonio

"Responsabilidad política y opinión pública en México" en Es-teinou (ed.), *Comunicación y Democracia*, CONEICC, México, 1992, pp. 103-112.

(7059-7052 A)

El autor propone que el esfuerzo sistemático por conocer y medir con mayor precisión las características de la opinión pública será un instrumento importante para coadyuvar a la transición democrática, en caso de que ese sea el desenlace de la actual transición política de México, pero entre tanto, indudablemente la movilización ciudadana y la expresión pública a través de los diversos medios (principalmente escritos) han contribuido a presionar a las autoridades a responder en mayor medida de sus actos, si bien queda un largo trecho por recorrer hasta que las instituciones democráticas adquieran tal fuerza que no sea necesario un enorme esfuerzo ciudadano cada vez que se quiere llamar a cuentas a algún funcionario por abusos cometidos en contra del interés colectivo.

CROVI DRUETTA Delia María

"El nuevo desafío de la radio" en Rebeil *et al.*, *Perfiles del Cuadrante*, Trillas, México, 1989, pp. 257-263.

(5527-5506 D)

Frente al nuevo embate de la tecnología y el avance constante de la transculturación ejercida por los medios, la radio enfrenta un nuevo desafío: retomar sus ventajas, potenciar sus cualidades para fortalecerse como vehículo de la cultura regional y local. En países como México, con una realidad polifacética y con necesidades y problemáticas distintas en cada región, la radio debe reforzar la capacidad descentralizadora y regionalizadora que la han caracterizado.

CROVI DRUETTA Delia María

Metodología para la producción y evaluación de materiales didácticos, FELAFACS/WACC, México, 1990, 145 pp.

(6626 A)

El objetivo de esta investigación, realizada para el Sistema Nacional de Educación Tecnológica, fue elaborar una metodología para la producción de materiales didácticos que pudiera ser empleada fundamentalmente en las modalidades educativas, no formal y formal, a

nivel superior. Se trabajó con el concepto de materiales didácticos y no con el de medios, ya que éstos son sólo un instrumento técnico, mientras que por los primeros se entiende el mensaje educativo, donde puede o no estar presente la tecnología y donde se hace uso de un medio. Asimismo, el material didáctico constituye un mensaje auxiliar dentro del proceso de conducción del aprendizaje que realiza el maestro y en el cual el alumno construye su propio conocimiento.

171

CROVI DRUETTA Delia María

La televisión por cable: el caso mexicano, Cuadernos de Ciencias de la Comunicación, núm. 1, FCPyS, UNAM, México, 1990, 39 pp.

Este estudio señala que los fantasmas para el desarrollo del sistema de televisión por cable en México no parecen surgir del estancamiento de suscriptores o del aumento en los precios de las importaciones como denuncian los empresarios (quienes luchan arduamente por conseguir renovaciones y permisos nuevos). La competencia con otras tecnologías introducidas desde Estados Unidos —como son las antenas parabólicas para recepción directa, las videocaseteras, los videojuegos— se está dejando sentir sobre el cable, no tanto para minimizarlo, sino para obligar a cambiar su estructura y contenido.

172

CROVI DRUETTA Delia María

Educación vía satélite o Aquiles y la tortuga. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1991.

173

CROVI DRUETTA Delia María

“Presente (¿y futuro?) de la educación vía satélite en México”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 26, FMB, México, noviembre-diciembre de 1992, pp. 30-31.

(7259-7251 A)

Cuando en 1985 México puso en órbita los Satélites Morelos, todo hacía pensar que la educación por fin tendría a su alcance una tecnología que permitiría desarrollar programas a distancia. Han transcurrido siete años y la realidad es otra. Sólo cinco programas, por sus características y relativa permanencia, pueden ser considerados como educación vía satélite.

CROVI DRUETTA Delia María

"Educación vía satélite en América Latina ¿Y ahora qué?", *Comunicación, estudios venezolanos*, núm. 80, Caracas, Venezuela, cuarto trimestre de 1992, pp. 52-59.

Los más de veinte años vividos desde el inicio de la educación vía satélite y el presente constituyen un periodo de cambios, proyectos y especulaciones. En este tiempo no sólo evolucionó la tecnología sino también el tipo de servicios que ofrecen los satélites, su organización y formas de financiamiento. La educación, por su parte, ha reflexionado sobre su uso, planteando algunas conclusiones y recomendaciones.

CROVI DRUETTA Delia María

"La televisión en las universidades públicas" en Toussaint (coord.), *¿Televisión Pública en México?*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Pensar la Cultura, México, 1993, pp. 65-84.
(8182-8179 A)

Este trabajo revisa las experiencias nacionales en cuanto a televisión en las universidades públicas, de las cuales hay 37 en el país y sólo dos (la de Sonora y la Autónoma de Nuevo León) cuentan con su propio canal. Sin embargo, la actividad televisiva es muy amplia y diversificada, en los distintos niveles. Si antes se hablaba de un medio, la televisión, ahora debemos empezar a hablar de un espacio, el espacio audiovisual, donde confluyen diversos medios que se interrelacionan entre sí y que juntos construyen la realidad. Es dentro de ese espacio, cada día más diverso y complejo, donde las universidades públicas deben replantearse su función sustantiva de difusión de la ciencia, la tecnología y la cultura, volviendo su mirada al público.

CROVI DRUETTA Delia María

"México: la pantalla hacia afuera", *Chasqui*, núm. 46, CIESPAL, Quito, Ecuador, julio de 1993, pp. 26-27.

En América Latina y en el mundo aumenta la oferta televisiva: más canales nacionales y locales, más repetición de señales internacionales, más sistemas de cable para audiencias segmentadas. En

la capital mexicana, la nueva oferta no responde a las necesidades sociales y ciudadanas. Por el contrario, la programación fomenta la evasión, la apatía y el escepticismo. Pero estos cambios ¿no estarán creando las condiciones tecnológicas y mercantiles para una diversificación programática más descentralizada y sensible a las necesidades de los receptores que desean rescatar sus identidades?

177

CROVI DRUETTA Delia María

“Libre Comercio en TV... fantasía de diversidad”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 154, FCPyS, UNAM, México, octubre-diciembre de 1993, pp. 91-102.

Contrastando la oferta de la televisión pública y la televisión privada en la ciudad de México, resulta que los ciudadanos pueden tener acceso a 46 canales, con cerca de 900 horas diarias de transmisión. Información y entretenimiento son los dos ejes en los que se mueve la televisión del libre comercio. Información que mira hacia afuera, hacia el mundo global donde se pierden los mensajes y se olvida lo cotidiano. Entretenimiento, concebido como evasión, en el que los deportes, eventos artísticos y culturales, manifestaciones populares o ficción, forman parte del gran espectáculo de la televisión.

178

CROVI DRUETTA Delia María

“Satélites de comunicación: ¿Tecnología al servicio de la comunidad en América Latina?” en Amador (coord.), *Comunicación Educativa. Nuevas Tecnologías*, Temas Educativos, núm. 1, CISE, UNAM, México, 1994, pp. 101-116.

La autora revisa los cinco programas de educación vía satélite que existen en México, país que cuenta con su propio sistema satelital. De ellos, sólo tres pueden ser considerados propiamente educativos, mientras que los otros dos son de actualización. Todos comparten una característica: fueron diseñados para transmitirse directamente por los Morelos, por lo que para su recepción es indispensable contar con una antena parabólica capaz de captar la señal satelital, situación que limita su cobertura. Estos programas son: TV Salud o CEMESATEL, del Sector Salud; Capacitación Tecnológica Vía Satélite, de la SCT; seminarios universitarios Allis Vivere (Calidad de Vida), de la UNAM;

seminarios de formación docente de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM; y el Sistema de Educación Interactiva por Satélite, del ITESM.

179

CROVI DRUETTA Delia María

“Televisión y procesos identitarios”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 20, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-abril de 1994, pp. 67-78.

(8062-8069 A)

Según la autora, amparadas en las propuestas y lineamientos políticos de cada país latinoamericano, las nuevas tecnologías permitieron que la oferta televisiva se diversificara y multiplicara, lanzando al mercado nuevas formas de emisión y recepción de la TV. Esta proliferación de mensajes televisivos, no obstante, no ha hecho más que seguir una lógica de mercado dejando de lado las necesidades comunicacionales de la población, tanto en materia educativa como cultural o de servicio. A pesar de la transformación de la oferta televisiva en el Distrito Federal en los últimos años, el carácter de las emisiones y las ofertas culturales no han cambiado.

180

CROVI DRUETTA Delia María

“Los medios de comunicación frente al escepticismo. El TLC a manera de ejemplo” en Molina y García Robles (eds.), *Escepticismo y Comunicación*, FCPyS, UNAM, México, 1994, pp. 111-120.

Los medios masivos de comunicación construyen una realidad social simbólica, que puede ser diferente u opuesta a la realidad social objetiva en la que viven los individuos; la construcción de la realidad a través de los medios se realiza gracias al control que se ejerce sobre todo el proceso informativo: producción, circulación y consumo de los mensajes; los medios producen efectos a largo plazo, ejerciendo sobre sus audiencias una suerte de acumulación o sedimentación de los mensajes que emiten y de las interpretaciones que dan a los hechos sociales. En la actualidad, los medios actúan como reforzadores de zonas de exclusión, limitando con ello la participación de la población en determinadas acciones.

181

CROVI DRUETTA Delia María y Cecilia RODRÍGUEZ DORANTES

"Hacia una caracterización de las nuevas tecnologías", *Tecnología y Comunicación Educativas*, núm. 9/10, ILCE, México, noviembre 1987-abril 1988, pp. 61-70.

Este artículo da cuenta de un proyecto de investigación realizado en el ILCE sobre los usos educativos de los sistemas satelitales. Las reflexiones que se presentan son un producto inicial de esa investigación y buscan situar en una caracterización y descripción de las nuevas tecnologías de comunicación e información.

182

CURIEL Fernando

"La radio estatal (y lo que se espera de ella)" en n Rebeil *al.*, *Perfiles del Cuadrante*, Trillas, México, 1989, pp. 44-54.

(5508-5506 D)

Este artículo presenta una reflexión sobre la radio "estatal", que puede sintonizarse en la ciudad de México, y reconstruye cronológicamente las decisiones que llevaron a la constitución de la situación presente. Ante la pregunta ¿de qué forma puede romperse el nudo atado por los concesionarios, al servicio de los anunciantes y fabricantes, no del auditorio, nudo que impide trocar los medios en fines?, se responde con once tesis que podrían explorarse como políticas de comunicación radiofónica estatal.

183

DE GARAY SÁNCHEZ Adrián Gerardo

"Prolegómenos al estudio de la cultura rock", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 6, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, mayo de 1989, pp. 117-136.

(5616-5613 A)

Un estudio del rock no sólo como fenómeno musical sino como generador y exponente de una cultura juvenil que ha favorecido la expresión de la inconformidad y la rebeldía por más de treinta años a pesar de su comercialización y apropiación por los medios masivos. El artículo analiza las características iniciales y el posterior desarrollo del rock, especialmente su posición en México.

184

DE GARAY SÁNCHEZ Adrián Gerardo

“El rock como práctica cultural”, *Umbral XXI*, núm. 4, Universidad Iberoamericana, México, otoño de 1990, pp. 53-55.

(6911-6903 A)

A sus cuarenta años, el rock está más vivo que nunca. Transnacional y transclasista, es nutrida fuente de significaciones para millones de jóvenes —y no tan jóvenes— del orbe entero. El autor propone estudiarlo como práctica social, atendiendo a su lógica de producción y de reconocimiento.

185

DE GARAY SÁNCHEZ Adrián Gerardo

Los académicos del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1992.

(7570 B)

Esta tesis estudia desde una perspectiva sociológica a uno de los sujetos fundamentales de la vida universitaria en general, y de la Iberoamericana en particular: los académicos del Departamento de Comunicación. El autor consideró analíticamente importante ubicar en términos generales la problemática de investigación revisando algunas de las características del sistema de educación en México de 1960 a la fecha, tomando en cuenta algunos factores relevantes en la conformación histórica de la universidad mexicana actual: instituciones, matrícula y número de académicos. De esta revisión se desprendieron una serie de hipótesis acerca de las características propias que ha asumido en las últimas décadas el sistema, particularmente en lo que se refiere a la conformación del cuerpo académico.

186

DE GARAY SÁNCHEZ Adrián Gerardo

“Para conocer a los académicos del Departamento de Comunicación de la UIA”, *Cuadernos del Posgrado en Comunicación*, núm. 2, Universidad Iberoamericana, México, 1992, pp. 51-93.

(7629-7627 A)

Este artículo retoma la parte final de la tesis de maestría del autor, sobre los académicos del Departamento de Comunicación de la UIA. Analiza la política de contratación del personal académico, el proceso de incorporación de los académicos, la composición de la planta por sexo, edad, estudios, experiencia académica y profesional según los parámetros sociológicos y según una propuesta de agrupación disci-

plinaria, y por actividades laborales académicas y profesionales desarrolladas fuera del departamento para el otoño de 1991.

187

DE GARAY SÁNCHEZ Adrián Gerardo

“La profesión académica en México. Una compleja diversidad: los académicos de la comunicación” en Luna (coord.), *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, CO-NEICC/Opción, México, 1992, pp. 43-60.

(7117-7114 A)

En este trabajo se desarrolla el contexto general del crecimiento de las escuelas de comunicación, su matrícula y sus plazas académicas en la última década, para pasar a la discusión de algunos conceptos, conjeturas y dimensiones de análisis en torno a la profesión académica en México en general y de la comunicación en particular, mismas que descansan en las experiencias de investigación realizadas en la reconstrucción de las condiciones institucionales e individuales de los académicos en el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana.

188

DE GARAY SÁNCHEZ Adrián Gerardo

El Rock también es Cultura, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 5, PROICOM, Universidad Iberoamericana, México, 1993.

(7626 A)

Este trabajo muestra la multiplicidad de prácticas, procesos y condiciones estructurales en las que se produce y genera un bien cultural específico: el rock. Explora algunos de los principales aspectos que intervienen en el complejo proceso de producción, distribución y transmisión del rock como bien cultural en lo que el autor llama la lógica de la producción y que habrá de completarse, en el futuro, con un análisis de la lógica del reconocimiento o del consumo (recepción) de los productos.

189

DE LA PEÑA Ricardo y Rosario TOLEDO

“Medios de comunicación y actitudes políticas de los ciudadanos del Distrito Federal”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 12, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-agosto de 1991, pp. 115-138.

(6809-6801 A)

Este artículo pretende medir los vínculos existentes entre los medios de comunicación y las actitudes políticas y partidarias de los ciudadanos, a partir de la observación de los niveles de información y posturas manifiestas de la población, recuperada a través de ocho diversas encuestas de opinión pública realizadas en el Distrito Federal entre abril de 1990 y julio de 1991.

190

DE LA PEÑA Ricardo y Rosario TOLEDO

"Mediómetro: Hábitos de consumo televisivo en el Valle de México", *Intermedios*, núm. 3, RTC, México, agosto-septiembre de 1992, pp. 48-57.

La reconstrucción de un fenómeno tan complejo como es la recepción de las variadas opciones comunicativas obliga a establecer una ruta que permita una paulatina acumulación de referentes que den cuenta de aspectos concretos en ámbitos acotados. El recorrido ha de comenzar por la recuperación de indicadores relativos a un medio de comunicación en específico, en este caso la televisión, en un espacio geográfico definido: la zona metropolitana de la ciudad de México.

191

DE LA PEÑA Ricardo y Rosario TOLEDO

"Mediómetro: Hábitos de lectura de periódicos en el Valle de México", *Intermedios*, núm. 4, RTC, México, octubre-noviembre de 1992, pp. 60-69.

Si bien más de dos terceras partes de los informantes residentes en el Valle de México declaran que leen algún periódico, diversos indicadores producto de la Primera Encuesta sobre Medios de Comunicación en el Valle de México, efectuada en el Gabinete de Estudios de Opinión, permiten afirmar que, en general, el hábito de lectura de los medios impresos entre los ciudadanos de esta conurbación es limitado, ya que confiesan aproximarse a dichos medios de manera esporádica, dedicándoles poco tiempo y realizando una lectura incompleta de la información que se proporciona.

192

DE LA PEÑA Ricardo y Rosario TOLEDO

“Mediómetro: Hábitos de consumo de radio en el Valle de México”, *Intermedios*, núm. 5, RTC, México, diciembre 1992-enero 1993, pp. 70-79.

En este artículo se presentan los resultados de la investigación empírica que sobre los hábitos de consumo de los medios de comunicación realizó el Gabinete de Estudios de Opinión en mayo de 1992 para *Intermedios* y que, como tercera y última parte de su presentación, atiende a los datos referentes a la radio.

193

DE LA PEZA Carmen

“Consideraciones sobre el desarrollo de la enseñanza y la investigación de la comunicación en México (el caso de la UAM-X)” en Andión (comp.), *Ciencias de la Comunicación*, Serie Las Profesiones en México, núm. 5, UAM-Xochimilco, México, 1990, pp. 15-24.

(6347-6346 A)

Esta es una reconstrucción analítica de los fundamentos y las opciones tomadas en la carrera de comunicación de la UAM-Xochimilco, donde los diversos contenidos teórico-metodológicos y técnicos del perfil están orientados desde una perspectiva que comprende la formación teórico-metodológica de los alumnos que les permita conocer y analizar las formaciones culturales contemporáneas y en particular la mexicana; la formación de competencias y habilidades en los alumnos, que les permitan manejar los lenguajes de los medios de comunicación encaminados a producir estrategias y discursos, para incidir en distintos ámbitos de la producción cultural.

194

DE LA PEZA Carmen

“Vertientes de la globalización: el bolero y la industria cultural en México” en Solís (coord.), *Las industrias culturales*, CONEICC/Opción, México, 1992, pp. 103-120.

(7100-7093 A)

La autora intenta en este trabajo visualizar cómo las instituciones culturales encargadas de regular, controlar y difundir la música vuel-

can, incorporando y subsumiendo códigos y normas que rigen el comportamiento cotidiano en el que se constituyen y renuevan las técnicas de producción, las creencias, los actos del lenguaje y las formas de organización colectivas; incursionar en el terreno de la industria musical para observar cómo se redefinen y recrean las representaciones de lo social y que esto ocurre al interior de los espacios no institucionalizados del saber musical de los pueblos.

195

DE LA PEZA Carmen

“La lectura interminable. Una aproximación al estudio de la ‘recepción’”, *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, núm. 3, UAM-Xochimilco, México, abril de 1993, pp. 57-82.

(8017-8014 A)

Este ensayo pretende describir algunos elementos del proceso de constitución del ámbito de la recepción. El texto hace un recorrido crítico de las definiciones operacionales del lector desarrolladas por distintas corrientes de la crítica literaria, derivadas de la hermenéutica y el estructuralismo, así como de la sociología de la cultura. Finalmente señala algunos aportes de las nuevas perspectivas de la “crítica” de Barthes, Foucault, Derrida y Deleuze y Guattari, para estudiar los objetos de comunicación desde el momento de su lectura y analizar los discursos anónimos, sus modos de existencia, de circulación, así como los mecanismos de producción de sentido.

196

DE LA PEZA Carmen

“El bolero y la educación sentimental: sus procesos de significación y resignificación. De lecturas y escrituras diversas”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 40, FELAFACS, Lima, Perú, septiembre de 1994, pp. 25-35.

(8107-8106 A)

197

También en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 16/17, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1994, pp. 297-317.

(8082-8076 A)

Una nueva historia del bolero, basada no en la vida de los autores e intérpretes sino en la historia de sus lecturas, es decir, en los discursos fragmentarios y dispersos a través de los cuales distintos sujetos reconstruyen la historia del bolero, permite rehacer en cierta

medida la propia historia amorosa y sentimental de los sujetos y las colectividades. De la interacción entre sujetos y textos bolerísticos en los distintos espacios en los que circula el bolero se produce un "clima de recepción", un "efecto bolero" como diseminación de las diferentes lecturas, interpretaciones y formas de apropiación que de él hacen los sujetos y grupos sociales. El bolero entendido como "efecto bolero" ha tenido un lugar, un papel fundamental en la educación sentimental de los hombres y las mujeres de los diversos grupos sociales y de las distintas generaciones en nuestro país desde los años treinta hasta la fecha.

198

DE LA TORRE CASTELLANOS Angela Renée

Discurso, Identidad y Poder en la construcción de una identidad religiosa: La Luz del Mundo. Tesis de Maestría en Comunicación, ITESO, Guadalajara, 1993.

(7558 B)

El interés fundamental que guía este estudio es el análisis y la interpretación del papel que las prácticas de comunicación juegan en la creación, preservación y transformación de una realidad religiosa: la iglesia de La Luz del Mundo, en su sede de la Hermosa Provincia en Guadalajara. Este análisis puede ayudar a entender la producción de la cultura a través de las mediaciones existentes en tres procesos de producción simbólica: discurso, identidad y poder.

199

DE LA TORRE CASTELLANOS Angela Renée

"Al que no habla Dios no lo oye. Al que Dios no oye, no habla. Orden social y discurso hegemónico en La Luz del Mundo" en Roth y Lameiras (eds.), *El Verbo Oficial*, El Colegio de Michoacán/ITESO, Guadalajara, 1994, pp. 147-180.

(8188-8187 A)

Este artículo tiene el objetivo de explicar la manera en que el discurso cotidiano de una organización religiosa, La Luz del Mundo, se estructura y desarrolla en relación con el mantenimiento y la legitimación del orden social de esta iglesia, que es una congregación evangélica de tipo pentecostal, que se estructura en torno al carisma de su fundador (Aarón) y de su sucesor (Samuel). Esta iglesia surgió en Guadalajara, en una región que ha sido definida por la hegemonía del catolicismo, y en una época de efervescencia religiosa, justo en 1926, año en que inicia el conflicto cristero en esta misma región.

DE LA TORRE CASTELLANOS Angela Renée

“Comunicación como acto creador de la identidad religiosa. Estudio de caso en La Luz del Mundo” en Reguillo (ed.), *Comunicación, Sentido y Vida Cotidiana*, Cuadernos del Departamento de Comunicación del ITESO, núm. 1, Guadalajara, 1994, pp. 9-31.

En este trabajo se ven las repercusiones que ha tenido el discurso contenido en la novela institucional en la conformación de una identidad social, ya sea como elemento simbólico que autoriza y valida la oferta carismática de los líderes para cohesionar y fortalecer la organización religiosa, así como para promover su legitimación en el ámbito nacional que enmarca el campo religioso.

DE LA TORRE CASTELLANOS Angela Renée y Patricia FORTUNY

“La mujer en La Luz del Mundo. Participación y representación simbólica”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 12, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1991, pp. 125-150.

(6779-6773 A)

El foco de análisis de este trabajo está puesto sobre los modos en que varias estructuras de control, sobre la toma de decisiones en la vida cotidiana, afectan a las mujeres y restringen su cuerpo y sexualidad dentro de la iglesia La Luz del Mundo en Guadalajara.

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

Juan Orol, CIEC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1987, 196 pp.

Este libro es parte de la Colección Cineastas de México y presenta monográficamente, con ilustraciones y mediante entrevistas, documentos y análisis biográficos, la trayectoria cinematográfica de Juan Orol cuyo caso es posiblemente único en la historia mundial del cine, pues existiendo un consenso general de que es un director de cine que no sabe hacer cine, los documentos, escritos y libros sobre el personaje se multiplican.

203

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

“Evolución y estado actual de la investigación sobre cine mexicano” en Sánchez Ruiz (comp.), *La investigación de la comunicación en México: logros, retos y perspectivas*, Edicom/Universidad de Guadalajara, México, 1988, pp. 205-216.

(5142-5133 A)

Este trabajo apunta hacia la construcción de un recuento completo de la evolución y las tendencias de la investigación sobre el cine mexicano, que tiene sus antecedentes en las publicaciones, a partir de 1944, de José María Sánchez García, y su punto de consolidación en el Centro de Investigación y Enseñanza Cinematográfica de la Universidad de Guadalajara, dirigido por Emilio García Riera, donde trabaja el autor.

204

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

Raúl de Anda, CIEC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1989, 323 pp.

Este libro es parte de la Colección Cineastas de México y presenta monográficamente, con ilustraciones y mediante entrevistas, documentos y análisis biográficos, la trayectoria cinematográfica de Raúl de Anda.

205

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

“La cruz y la canana (la rebelión cristera en el cine mexicano)”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 8, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-abril de 1990, pp. 119-156.

(6080-6076 A)

Este ensayo retoma la historia del conflicto religioso de 1926-1929 y sus “reflejos” artísticos, en géneros como el corrido y la novela, que se han ocupado del tema mucho más que el cine nacional. A partir de ese hecho, el artículo analiza las películas que han tratado el tema y contextualiza su producción en los distintos escenarios políticos sexenales.

206

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

La industria cinematográfica mexicana. Perfil histórico-social, Cuadernos de Divulgación, segunda época, núm. 37, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, 84 pp.

(6791 A)

El presente texto corresponde a una ponencia presentada por el autor en el Segundo Coloquio México-Brasil de Investigación de la Comunicación en 1990. Se trata, pues, de la primera versión de un estudio más completo y detallado que habrá de efectuarse y publicarse como parte de un proyecto de análisis comparativo de los sistemas de comunicación social en ambos países latinoamericanos. Como el objetivo del coloquio era el de establecer un perfil histórico de cada uno de los medios a partir de la literatura preexistente, este ensayo viene a ser, ante todo, una síntesis muy general de lo que los especialistas han escrito en torno a la historia del cine mexicano.

207

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

“Cine e industria cultural en México ¿Hacia un nuevo enfoque sociológico?”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 14/15, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-agosto de 1992, pp. 211-234.

(7676-7668 A)

Este ensayo comienza con una revisión del concepto frankfurtiano de “industria cultural” y otros desarrollos más recientes con respecto a los enfoques que desde la sociología puedan dar cuenta del desarrollo histórico de estas instituciones, entre las cuales la industria cinematográfica mexicana tiene especial interés para el autor.

208

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

“El cine y el Estado mexicano”, *Chasqui*, núm. 43, CIESPAL, Quito, Ecuador, octubre de 1992, pp. 4-6.

El cine mexicano ha sido uno de los más fuertes y difundidos del continente. Su desarrollo dependió siempre, en mayor o menor grado, del apoyo del Estado. Hoy éste se repliega de su papel tradicional y la industria busca nuevas fórmulas de producción y distribución.

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

Pioneros del Cine Sonoro I: Gabriel Soria, 1903-1971, CIEC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1992, 176 pp.

Gabriel Soria fue uno de los iniciadores del cine mexicano en la primera mitad de los años treinta. Aficionado a la traducción cinematográfica de la literatura y el folklore vernáculos, es paradójico que haya resultado el más olvidado de los de su época, aunque su primera película, *Chucho el Roto*, logró buen recibimiento del público y de la crítica, y fue de las primeras obras capaces de fortalecer la certeza de que era posible un cine mexicano interesante y redituable.

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

Pioneros del Cine Sonoro II: Arcady Boytler, 1893-1965, CIEC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1992, 191 pp.

A comienzos de los años treinta, mientras un soviético que no era ruso, el letón Sergei Eisenstein, descubría los paisajes y la tragedia de México, un ruso que no llegó a ser soviético, Arcady Boytler, dio al cine mexicano su primera gran presencia femenina: la Andrea Palma de *La Mujer del Puerto*, digna de un futuro de diva cinematográfica que no alcanzó su cabal cumplimiento. Del encuentro de Boytler y Palma resultó uno de los primeros clásicos del cine mexicano sonoro, pero el director añadiría a ese hallazgo otros que también merecen figurar en la galería mítica del cine mexicano, como el Fernando Soler de *Celos* o el Cantinflas de *Así es mi tierra* y *Aguila o Sol*.

DE LA VEGA ALFARO Eduardo

Pioneros del Cine Sonoro III: José Bohr, CIEC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1992, 148 pp.

Alemán de origen, argentino y chileno por crianza y por primera fama artística, José Bohr llegó a México después de intentar el salto a la celebridad en Hollywood. A la larga, su obra mexicana resultaría la más interesante y la más sustanciosa. Bohr fue un auténtico "hombre-orquesta": actor, chansonnier al estilo de Maurice Chevalier, pro-

ductor, argumentista y, sobre todo, por lo que al cine mexicano interesaba, un director mucho más valioso de lo que en su tiempo se supuso.

212

DE LOS REYES Aurelio

"Las películas estadounidenses denigrantes y el gobierno mexicano en los años veinte", *Intermedios*, núm. 5, RTC, México, diciembre 1992-enero 1993, pp. 58-69.

A principios de los años veinte se suscitó en México una reacción en contra de las películas estadounidenses que mostraban aspectos poco edificantes del país; este tipo de filmes fueron prohibidos por el gobierno mexicano porque "ofendían al decoro nacional". Este texto habla en detalle de los sucesos y los protagonistas de esta historia.

213

DEL PALACIO MONTIEL Celia

"*La Gaceta de Guadalajara* (1902-1914), primer periódico industrial de Occidente", *Renglones*, núm. 15, ITESO, Guadalajara, diciembre de 1989, pp. 24-29.

(5734-5730 A)

Este artículo es parte de un proyecto que pretende realizar un análisis del proceso de transformación interna del periódico, reflejo del proceso de industrialización que empezaba a experimentar la prensa del país a finales del porfiriato, y un análisis de la relación existente entre los cambios de la realidad (en este caso el inicio de la Revolución Mexicana) y su representación en un medio informativo específico: *La Gaceta de Guadalajara*. Este periódico fue escogido por ser el primer periódico moderno de occidente: por su tiraje, por haber sido el primero en usar el linotipo en la ciudad, por el descenso en el precio de venta y por su gran circulación en varios estados e incluso fuera del país.

214

DEL PALACIO MONTIEL Celia

La Gaceta de Guadalajara, primer diario moderno de Occidente. Tesis de Maestría en Sociología, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1990, 256 pp.

Esta tesis aborda analítica, más que descriptivamente, *La Gaceta de Guadalajara* en dos niveles principales: análisis del proceso de transformación interna del periódico, resultado del proceso de industrialización que empezaba a sufrir la prensa del país a finales del porfiriato; y análisis de la relación que existe entre los cambios de la realidad y la representación de la misma en este medio informativo específico.

215

DEL PALACIO MONTIEL Celia

"Panorama general de la prensa en Guadalajara", *Comunicación y Sociedad*, núm. 14/15, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-agosto de 1992, pp. 159-176.

(7674-7668 A)

La autora propone en este artículo un aporte historiográfico para ordenar el estudio de la prensa jalisciense a partir del establecimiento de la imprenta en la región, en 1792. Sugiere un modelo de clasificación de las publicaciones, basado en uno propuesto en los años sesenta por José Bravo Ugarte, aunque tomando en cuenta el desfase entre el desarrollo de la prensa a nivel nacional y a nivel local.

216

DEL PALACIO MONTIEL Celia

"Primeras fojas y periódicos en la Nueva Galicia: el otro encuentro", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 29, FMB, México, mayo-junio de 1993, pp. 26-30.

Este artículo revisa la prensa de Nueva Galicia, que después se convertiría en el estado de Jalisco, durante los siglos XVIII y XIX. Queda en evidencia por qué los estudiosos han descrito a Guadalajara a mediados del siglo XVIII como una ciudad aparentemente tranquila, cuyos habitantes, entregados a sus ocupaciones habituales y a la práctica de sus deberes religiosos, se preocupaban muy poco por su adelanto intelectual.

217

DEL RÍO REYNAGA Julio

"Desarrollo y tendencias de la enseñanza en Comunicación Colectiva", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 149, FCPyS, UNAM, México, julio-septiembre de 1992, pp. 153-176.

Este artículo recupera algunas visiones fundacionales de la carrera de comunicación en América Latina, y analiza algunos de los principales problemas de la enseñanza. Propone tres nuevas líneas de formación universitaria, referidas a la comunicación obrera, la comunicación rural y la comunicación popular.

218

DEL RÍO REYNAGA Julio

Reflexiones sobre periodismo, medios y enseñanza de la comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1993.

Recopilación de textos del autor, escritos en diversos momentos sobre temas relacionados sobre todo con las funciones sociales y los métodos del periodismo, los medios de difusión y una breve visión sobre la enseñanza de la comunicación.

219

DE LUNA Andrés

"Psicología amorosa en el cine contemporáneo", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 131, FCPyS, UNAM, México, enero-marzo de 1988, pp. 83-93.

(5059-5053 A)

En este ensayo, el autor explora las dimensiones de la psicología amorosa en el cine contemporáneo, ejemplificando sus interpretaciones con referencias filmicas de la mayor diversidad de orígenes, pues el cine contemporáneo ha hecho de la psicología amorosa un tema fascinante que admite toda clase de interpretaciones, entre ellas ésta.

220

DE LUNA Andrés

"Las culturas de la imagen" en Piccini (ed.), *La Imagen del Tejedor*, FELAFACS/Gustavo Gili, México, 1989, pp. 161-185.

(5443-5438 D)

Este ensayo argumenta que las culturas de la imagen tienen un referente fundamental: la pintura. En ésta se articulan algunos signos indispensables para entender el mecanismo de la mirada. El pintor exige una determinada aproximación a su obra y el espectador está dispuesto a observar de un determinado modo. La práctica pictórica es un ordenamiento dentro de un espacio específico. Lo que contiene el cuadro es un conjunto de valoraciones en el terreno de la estética y, en forma más general, en la cultura.

221

DOMETTE NICOLESCO Jean

"La opinión y la psicología", *Cuadernos de Comunicación*, núm. 96, *Comunicología Aplicada de México*, México, diciembre de 1986, pp. 25-28.

(3901-3899 A)

La psicología traduce la intersección entre psicología y sociología. Su dominio de estudio es la encrucijada en los caminos del sociólogo y del psicólogo. Toda conducta humana posee un aspecto psicológico y sociológico. Por esto la psicología ciencia bisagra estudia la intersección entre los fenómenos sociales y los psicológicos; la interacción entre la persona y el grupo; la interacción con el lazo social sin tesis, y la articulación de la acción de los individuos sobre el grupo.

222

DURÁN LOERA Ignacio

"El cine mexicano y sus perspectivas", *Intermedios*, núm. 4, RTC, México, octubre-noviembre de 1992, pp. 46-51.

El cine mexicano vive una etapa singular: en medio de cambios y de crisis se han realizado obras notables en los últimos años. El director del Instituto Mexicano de Cinematografía proporciona un punto de vista sobre las perspectivas actuales en México de este arte que es, al mismo tiempo, una industria.

223

ENRÍQUEZ José Ramón

"La telenovela y el fin del melodrama", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 26, FELAFACS, Lima, Perú, marzo de 1990, pp. 16-20.

(6070-6069 A)

Tomando elementos de Jacinto Benavente, el autor analiza las relaciones culturales tejidas en el melodrama y su apropiación en las telenovelas latinoamericanas, género que discute en su espesor cultural y comunicativo a pesar de su generalizada pobreza dramática.

224

ESPINOSA TORRES Felipe de Jesús y Aurora VELASCO ACEVES
VIDRIO

Capacitación para la radio popular. Tesis de Maestría en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1991.

Esta tesis parte de la experiencia de los autores en las radiodifusoras populares de Huayacocotla y Teocelo, ambas ubicadas en el estado de Veracruz, en cuanto al empleo del medio para fines de promoción y participación de los campesinos que constituyen sus audiencias comunitarias.

225

ESTEINOU MADRID Javier

“La transformación cultural del Estado contemporáneo frente a las nuevas tecnologías de información”, *Signo y Pensamiento*, núm. 8, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1986, pp. 119-138.

(3535 C)

226

También en portugués “As tecnologias de comunicação e a transformação do estado capitalista” en Fadul (org.), *Novas Tecnologias de Comunicação, impactos políticos, culturais e sócio-económicos*, Summus/INTERCOM, São Paulo, Brasil, 1986.

(3830 C)

El autor concluye su ensayo advirtiendo que si en siglos pasados, por falta de claridad histórica y política, no estuvo en nuestras manos el moldear el rumbo que adoptó la primera y segunda revolución industrial en nuestra república, en esta ocasión sí está a nuestro alcance el definir cómo emplear la riqueza que aporta la gran tercera revolución industrial para construir un país más humano.

227

ESTEINOU MADRID Javier

“Los medios de comunicación y la metamorfosis de la sociedad civil”, *Comunicación Social*, revista de la FCS de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia, vol. 5, núm. 8, mayo de 1986, pp. 65-75.

(3804-3802 A)

Este ensayo establece que la incorporación de las nuevas tecnologías de información al terreno de la sociedad civil modifica las bases tecnológicas que sustentan a los viejos aparatos ideológicos y genera una silenciosa revolución superestructural que desplaza los principales aparatos de hegemonía a un plano secundario. Dicha evolución se caracteriza por crear una multitud de nuevos conductos o canales culturales por los que circulan las significaciones o mensajes sociales que impactan sobre las conciencias y hábitos culturales del pueblo.

ESTEINOU MADRID Javier

"La identidad cultural frente a las nuevas tecnologías de comunicación", *Signo y Pensamiento*, núm. 10, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, primer semestre de 1987, pp. 127-138.

(3801-3799 A)

Examinando la Tercera Revolución Industrial desde el ángulo del cambio cultural, el autor adelanta hipotéticamente que la intervención de estas modernas técnicas en la próxima fase de evolución industrial del país modificará las bases tecnológicas que sustentan a los viejos aparatos hegemónicos, y ello generará una silenciosa revolución superestructural que convulsionará y desplazará la estructura y organización de los principales aparatos de hegemonía prevaletientes (TV, radio, cine, prensa, etcétera) a un plano secundario.

229

ESTEINOU MADRID Javier

"El Sistema Morelos de Satélites y el desarrollo de la sociedad mexicana", *Cuadernos de Comunicación*, núm. 97, Comunicología Aplicada de México, México, diciembre de 1987, pp. 59-70.

(4705-4701 A)

230

También en *Contratexto*, núm. 3, Universidad de Lima, Lima, Perú, julio de 1988, pp. 121-144.

(5677 C)

231

También en inglés "The Morelos Satellite System and its Impact on Mexican Society", *Media, Culture and Society*, vol. 10 (1988), London, GB, pp. 419-446.

(5674 C)

Para el autor, lo más apasionante de esta circunstancia histórica que ahora nos toca vivir es que en la medida en que los investigadores produzcamos y difundamos el análisis y la conciencia sobre esta problemática, tendremos opción para pasar de espectadores del fenómeno a gestores políticos del mismo. Hay que considerar que el peso del pensamiento científico de las sociedades dependientes siempre tiene la posibilidad de provocar un cambio favorable para nuestros proyectos de desarrollo. Es necesario entender que aunque tecnolo-

gías como las satelitales poco a poco se impondrán en nuestras vidas, también pueden ser controlables.

232

ESTEINOU MADRID Javier

“Hacia una nueva TV nacional. El caso mexicano”, *Signo y Pensamiento*, núm. 13, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1988, pp. 111-121.

(7971-7970 A)

Si analizamos el funcionamiento de las televisoras nacionales y regionales frente a su audiencia, observamos que, salvo algunas excepciones, en los últimos treinta años las tendencias de los medios electrónicos de información en México, esencialmente, han operado en función a cuatro principios de reproducción del orden establecido: la lógica de la acumulación de capital, la lógica de la legitimación del sistema, la lógica de la evasión de la realidad y la lógica de la atomización de la conciencia. Dentro de este modelo, se ha marginado el empleo sustantivo de los medios de comunicación para el impulso de los proyectos de desarrollo social que ha requerido la audiencia mayoritaria del país durante más de cinco décadas.

233

ESTEINOU MADRID Javier

“Televisión y crisis nacional” en Sánchez Ruiz (comp.), *La investigación de la comunicación en México: Logros, retos y perspectivas*, Edicom/Universidad de Guadalajara, México, 1988, pp. 153-168.

(5139-5133 A)

234

También “Televisión y desarrollo nacional” en Bernal y Torreblanca (coords.), *Espacios de Silencio, Nuestro Tiempo*, México, 1988, pp. 30-55.

(5111-5109 A)

235

También en portugués “A televisão e o desenvolvimento nacional no México” en Marques de Melo (org.), *Comunicação na América Latina. Desenvolvimento e Crise*, Papirus, Campinas São Paulo, Brasil, 1989, pp. 61-75.

(5709 C)

Analizando lo que ha hecho la televisión estatal en los cuatro primeros años del régimen de Miguel de la Madrid, el autor afirma que de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisoras nacionales desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se seguirá viviendo la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos, la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo social por otro.

236

ESTEINOU MADRID Javier

“¿Utopía o posibilidad? Hacia una TV al servicio de la sociedad”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 3, FMB, México, enero-febrero de 1989, pp. 27-29.

(5170-5162 A)

Este artículo es un resumen de las reflexiones introductorias preparadas por el autor para el libro *Hacia la primavera del espíritu nacional*, acerca de cómo lograr que la televisión pública sirva efectivamente a los propósitos de desarrollo nacional y deje de ser una mala copia de la televisión privada.

237

ESTEINOU MADRID Javier

“La televisión mexicana y el crecimiento nacional”, *Argumentos*, núm. 7, UAM-Xochimilco, México, agosto de 1989, pp. 91-107.

(5704-5703 A)

238

También “Televisión y conciencia. Los nervios de la cultura nacional en la puerta del Siglo XXI”, en *Signo y Pensamiento*, núm. 15, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, segundo semestre de 1989, pp. 85-101.

(6051-6050 A)

Tradicionalmente, la reflexión y el diseño de las políticas culturales en México se han caracterizado por considerar las problemáticas referentes al campo educativo, museográfico, arqueológico, etnográfico, operístico, dancístico, musical, literario, etcétera; pero en forma sistemática han venido marginando la inclusión de los medios de comunicación en el área. Esta enorme omisión, por una parte, refleja la existencia de una laguna esencial del sector pensante del país y, por otra, ha provocado una enorme contradicción entre lo que se siembra

en las mentes por las mañanas y lo que se destruye cognitiva y afectivamente por la tarde y la noche.

239

ESTEINOU MADRID Javier

Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana, Fundación Manuel Buendía/Programa Cultural de las Fronteras, México, 1989, 94 pp.

(5702 A)

A partir del surgimiento de la televisión en México en los cincuenta, ésta adopta el modelo comercial de la televisión norteamericana y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Poco se puede realizar, a corto plazo, para modificar su funcionamiento negativo sobre la mentalidad de nuestra nación, a menos que sucedan cambios drásticos en el terreno político que permitan modificar el sistema televisivo o que los directores de ésta modifiquen su mentalidad y sensibilidad y acepten que el único sentido final que tiene el poseer el grandísimo poder global que les otorga el controlar la televisión es para propiciar el crecimiento de los seres humanos y no su hundimiento.

240

ESTEINOU MADRID Javier

“La sociedad mexicana, los medios de comunicación y la formación de una nueva cultura del agua”, *Anuario ININCO*, núm. 2, ININCO, Universidad Central, Caracas, Venezuela, 1989, pp. 97-110.

(7389 C)

Ante los severos problemas de carencia de agua en la ciudad de México y en el país, el Estado debería utilizar los medios de comunicación para estructurar la cultura, los comportamientos y la participación nacional en por lo menos ocho niveles: conocimiento del problema, cambio de valores, modificación de actividades negativas, creación de nuevas formas de organización y participación civil, aplicación de la coerción, producción de gratificaciones sociales, generación de nuevos ritos y, finalmente, elaboración de una nueva tradición frente al agua.

241

ESTEINOU MADRID Javier

“Los medios de comunicación ante el nuevo modelo de desarrollo nacional”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 10, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1990, pp. 41-60.
(6434-6432 A)

242

También en portugués “Os meios mexicanos de comunicação em face do novo modelo de desenvolvimento nacional” en Krohling Kunsch (org.), *Indústrias Culturais e os Desafios da Integração Latino-americana*, INTERCOM, São Paulo, Brasil, 1993, pp. 139-157.

Este artículo analiza la introducción de un nuevo modelo de desarrollo nacional en México, con la caracterización de su filosofía y su racionalización neoliberal. La pérdida del proyecto cultural nacional significa un grave peligro, no habiendo una política cultural regida por el Estado. El caso de los medios es todavía más patético, pues todo se mueve en función de intereses económicos, sobre todo transnacionales.

243

ESTEINOU MADRID Javier

“Crisis cultural y desnacionalización: la televisión mexicana y el debilitamiento de la identidad nacional”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 9, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-agosto de 1990, pp. 97-121.

(6425-6420 A)

El autor parte de que los aspectos culturales de la sociedad mexicana no han sido tomados en serio por el Estado debido a las mal definidas estrategias de “desarrollo” en las últimas décadas. Como consecuencia, el Estado mexicano ha perdido el control sobre los medios masivos, que se han convertido en meras empresas comerciales, con un gran impacto sobre algunas áreas del interés nacional. Entre los medios, la televisión es responsable de la creación de dos características de la sociedad mexicana: el consumismo y el debilitamiento de la identidad nacional.

ESTEINOU MADRID Javier

“Los medios de comunicación ante la modernización nacional”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 12, FMB, México, julio-agosto de 1990, pp. 19-21.

Según el autor, es urgente preguntarnos si con el proceso de industrialización, que se generó con la sustitución de importaciones de 1930 en adelante, la sociedad mexicana fue transformada rápidamente por radio y televisión para crear una mentalidad consumista, desparticipativa, y una erosión de nuestra identidad, ¿qué nos sucederá espiritualmente como sociedad y como individuos al entrar en la fase de integración mundial y vincularnos de forma acelerada al mercado internacional sin planificar el uso de nuestros medios de comunicación?

ESTEINOU MADRID Javier

“La televisión mexicana ante el nuevo modelo de desarrollo neoliberal”, *Anuario ININCO*, núm. 3, ININCO, Universidad Central, Caracas, Venezuela, 1990, pp. 125-160.

(7416 C)

Dada la pérdida de la rectoría cultural de la sociedad mexicana por parte del gobierno, actualmente es razón de Estado el que éste planifique los medios de comunicación para el desarrollo del país. Hay que considerar que, debido a la aceleradísima crisis global que vivimos, de nada servirá intentar corregir los pies económicos, los brazos tecnológicos, las manos laborales, el estómago agropecuario, los pulmones ecológicos del país, etcétera, si no modificamos el alma que le da vida a nuestra sociedad.

ESTEINOU MADRID Javier

“Los desafíos de los procesos de comunicación latinoamericanos ante las nuevas sociedades de mercado”, *Boletín ALAIC*, núm. 3, ALAIC, São Paulo, Brasil, noviembre de 1990, pp. 9-11.

(6474-6473 A)

Este artículo enfatiza la importancia estratégica de reactivar el liderazgo de los Estados latinoamericanos desde sus avanzadas culturales y no desde las simples trincheras económicas y políticas

tradicionales. No podemos olvidar que no hay nación que se desarrolle que no tenga una conciencia nacional fuerte y en este sentido detrás del nacionalismo latinoamericano existe, cada vez más, una ausencia de integración nacional y continental.

247

ESTEINOU MADRID Javier

“La Integración del Mercado Común Europeo y la transformación de los medios de comunicación”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 28, FELAFACS, Lima, Perú, noviembre de 1990, pp. 56-70.

(6357-6356 A)

248

También en *Argumentos*, núm. 10/11, UAM-Xochimilco, México, diciembre de 1990, pp. 95-117.

249

También en *Comunicación, estudios venezolanos*, núm. 71-72, Caracas, Venezuela, s/f, pp. 20-44.

(7397 C)

El autor analiza el proyecto neoliberal como nuevo escenario de crecimiento de la sociedad europea, desde las transformaciones en la infraestructura inducidas por la formación del Mercado Común hasta las mutaciones en la superestructura y los cambios en la estructura comunicativo-cultural, como ejemplo adelantado de lo que puede suceder en México con el Tratado de Libre Comercio.

250

ESTEINOU MADRID Javier

“TV e identidad cultural ante la Europa del 92”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 15, FMB, México, enero-febrero de 1991, pp. 19-21.

(6398-6394 A)

Este artículo analiza lo que sucede en Europa, pues será este horizonte del primer mundo una de las bases principales desde donde podremos adelantar con mayor rapidez la visión de lo que sucederá en el futuro cultural de México al haber adoptado aceleradamente nuestro país desde 1982 el modelo de desarrollo neoliberal.

251

ESTEINOU MADRID Javier

“Los medios de comunicación y el Consejo Nacional de Cultura”,
Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, núm. 12, Programa
Cultura Universidad de Colima, Colima, 1991, pp. 67-82.

(6776-6773 A)

La propuesta de orientar los medios masivos, especialmente la televisión, hacia un cambio de sensibilidad nacional pasa por las responsabilidades del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, que debe crear las estrategias de cambio social necesarias para el desarrollo nacional en función de necesidades prioritarias.

252

ESTEINOU MADRID Javier

La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal,
Fundación Manuel Buendía/Programa Cultural de las Fronteras,
México, 1991.

(7768 A)

El autor se pregunta ¿qué nos sucederá espiritualmente como sociedad y como individuos al entrar a la fase de integración mundial y vincularnos de forma acelerada al mercado internacional sin planificar el uso de nuestros medios de comunicación?, ¿cómo conservar el proyecto cultural independiente del Estado mexicano en una atmósfera de creciente globalización comunicativa, de apertura de fronteras mentales y de formación de culturas supranacionales? El alma cultural de nuestra sociedad corre el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad en esta nueva fase de desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

253

ESTEINOU MADRID Javier

“Elementos para la interpretación del Sistema Morelos de Satélites” en Gómez Mont (ed.), *Nuevas Tecnologías de Comunicación*, Trillas, México, 1991, pp. 173-186.

El autor analiza en nueve puntos las principales tesis difundidas a nivel oficial en materia de telecomunicaciones y subraya sus correspondientes contradicciones. Su análisis tiende a ser global al contemplar temas como autonomía, soberanía, desarrollo e integración nacional política, económica y cultural. Aunque puede decirse que la república mexicana estará mejor comunicada con el Sistema Morelos,

tecnológicamente hablando, esto no quiere decir que se facilite la integración social y cultural.

254

ESTEINOU MADRID Javier

"América Latina ante la conmemoración del v Centenario", *Boletín ALAIC*, núm. 5, ALAIC, São Paulo, Brasil, septiembre de 1991, pp. 54-56.

(6705-6703 A)

La conmemoración del Quinto Centenario del descubrimiento y la evangelización de México y América Latina es un acontecimiento único en la historia moderna de nuestra república y continente, pues es un espacio privilegiado que nos permite meditar histórica, social y existencialmente ¿de dónde venimos como sociedad?, ¿quiénes somos ahora como comunidad? y ¿a dónde vamos como país y como personas?

255

ESTEINOU MADRID Javier

"Satélites de comunicación e intereses nacionales. La experiencia mexicana", *Telos*, núm. 25, FUNDESCO, Madrid, España, 1991, pp. 125-136.

(7395 C)

Se trata la problemática planteada al desarrollo nacional que el Sistema Morelos de Satélites representa y su trascendencia al conjunto de las tecnologías de la información, desde la planificación y construcción del sistema, hasta su utilización. Presenta varios aspectos a tomarse en cuenta para la interpretación del SMS: un alumbramiento sin objetivos nacionales, la deficiente negociación del proyecto, la pérdida de soberanía y la dependencia política de la nación, la incierta expansión de los servicios de telecomunicaciones y el cuestionable desarrollo del país.

256

ESTEINOU MADRID Javier

"Medios de comunicación y apertura de fronteras culturales: el caso de México", *Comunicación y Sociedad*, núm. 13, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, septiembre-diciembre de 1991, pp. 71-88.

(7575-7572 A)

257

También como "Apertura comercial y modernización: el caso de México", *Convergencia*, año 1, núm. 4, FCPyAP, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, octubre de 1993, pp. 27-89.

El autor supone que la función principal cumplida por los medios electrónicos en México durante la época del "desarrollo estabilizador" fue crear una mentalidad consumista, poco participativa, y una erosión de la identidad nacional. Ante la conformación de nuevos bloques mundiales y el cambio de las estructuras de desarrollo, se pregunta por las nuevas funciones que los medios (y el Estado) tendrían que desempeñar para recuperar la nacionalidad.

258

ESTEINOU MADRID Javier

"La televisión mexicana ante el nuevo modelo de desarrollo neoliberal", *Signo y Pensamiento*, núm. 20, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1992, pp. 69-96.

(7979-7978 A)

259

También "La televisión mexicana y la pérdida del proyecto cultural del país", *Anuario ININCO*, núm. 4, ININCO, Universidad Central, Caracas, Venezuela, 1992, pp. 117-140.

Este artículo advierte que si el Estado mexicano no construye un proyecto cultural nacional cada vez más sólido a través del empleo racional de los medios de comunicación electrónicos, y en particular a través de la televisión, estará cavando su tumba, de forma cada vez más profunda, al permitir que se destruyan en la conciencia de la población las bases mentales que requiere para existir como Estado nacional.

260

ESTEINOU MADRID Javier

Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía, Trillas, México, 1992.

El autor estudia las tendencias que siguió el Estado en la creación de sus aparatos culturales. Además, caracteriza y analiza a los medios

de difusión como ejes del aparato ideológico del Estado; en sustitución de la escuela, y como los principales aparatos de hegemonía.

261

ESTEINOU MADRID Javier

“Los procesos de comunicación latinoamericanos en los tiempos del libre mercado” en Marques de Melo (coord.), *Comunicación Latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*, ALAIC, São Paulo, Brasil, 1992, pp. 27-49.

(8162-8161 A)

262

También en *Comunicación, estudios venezolanos*, núm. 80, Caracas, Venezuela, cuarto trimestre de 1992, pp. 9-30.

263

También en *Convergencia*, año 2, núm. 6, FCPyAP, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, septiembre de 1994, pp. 249-282.

El autor considera prioritario descubrir las grandes tendencias de transformación que experimentará la cultura y la comunicación latinoamericana ante el establecimiento del fenómeno de la globalización cultural con la propuesta de la aplicación de las leyes del mercado, y construir las alternativas de concepción y acción necesarias para enfrentar y asimilar este fenómeno de manera madura.

264

ESTEINOU MADRID Javier

“Los medios de comunicación electrónicos, la democracia y la formación de una nueva cultura nacional” en Esteinou (ed.), *Comunicación y Democracia*, CONEICC, México, 1992, pp. 39-62.

(7055-7052 A)

El autor advierte que para corregir la dirección de nuestro espíritu nacional hoy es estratégicamente fundamental incluir el papel que ocupan los medios electrónicos de comunicación, y particularmente la televisión, dentro del examen, diseño y realización de las políticas culturales, pues es desde éstos desde donde se está construyendo cotidianamente con mayor fuerza el proyecto mental de la república.

265

ESTEINOU MADRID Javier

"1992: la mutación de la comunicación europea", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 24, FMB, México, julio-agosto de 1992, pp. 34-36.

(7236-7231 A)

En los ochenta presenciamos en Europa, como primera tendencia audiovisual, una severa transformación de las estructuras de la industria de la comunicación, la información y la cultura, revalorizándose todo el macrosector y convirtiéndose en un centro de inversión de primer orden, que quizá sea el más importante en la actualidad. Esta vitalidad económica ha ido de la mano de los nuevos papeles que cumple la información en el funcionamiento de las sociedades desarrolladas.

266

ESTEINOU MADRID Javier

"Comunicación y cultura social en el neoliberalismo", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 26, FMB, México, noviembre-diciembre de 1992, pp. 35-36.

(7262-7251 A)

267

También "La televisión mexicana ante la internacionalización cultural", *Boletín ALAIC*, núm. 7-8, ALAIC, Guadalajara, 1993, pp. 117-124.

(7593-7586 A)

El proceso de transformación moderna que ha experimentado México de 1991 a la fecha, en particular con los preparativos para la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, está produciendo profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales o legales de nuestro país. Estas, a su vez, están modificando los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción y competencia de la mayoría de la población nacional.

268

ESTEINOU MADRID Javier

"La cultura y el modelo neoliberal", *Chasqui*, núm. 44, CIESPAL, Quito, Ecuador, enero de 1993, pp. 76-79.

Para el autor, la presionada adopción del modelo económico neoliberal es una colosal amenaza a la supervivencia de las culturas nacionales y un obstáculo insuperable contra el surgimiento de modos de uso socialmente responsables de los medios de comunicación. Según esta perspectiva, las liberalizaciones en curso son casi satánicas en su insidiosa capacidad para sepultar el alma cultural de nuestras sociedades, despojándolas de valores, y forzando el abandono en masa de cualquier utopía solidaria.

269

ESTEINOU MADRID Javier

“La cultura y la comunicación nacionales ante el libre mercado” en Varios, *Cultura, Medios de Comunicación y Libre Comercio*, AMIC, México, 1993, pp. 36-50.

(7604-7600 A)

270

También como “Cultura nacional, comunicación y liberación comercial”, *Argumentos*, núm. 16/17, UAM-Xochimilco, México, diciembre de 1992, pp. 89-100.

Ante la creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece en el país con la acción de las leyes del mercado, es necesario que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una nueva política de “liberalismo social en el terreno comunicativo”, que actualmente no existe y se requiere urgentemente para coexistir.

271

ESTEINOU MADRID Javier

La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos del libre comercio, Fundación Manuel Buendía, México, 1993.

Ante las implicaciones del Tratado de Libre Comercio en el ámbito de la comunicación y la cultura, el libro plantea la necesidad de reformular las estrategias y políticas de comunicación que el Estado mexicano ha impulsado y/o permitido y que han alejado sobre todo a la televisión de un funcionamiento social acorde con las mayores necesidades nacionales. Por ello concluye en la necesidad de implantar una política de liberalismo social en la materia.

ESTEINOU MADRID Javier

"Televisión de Estado ¿para qué?" en Toussaint (coord.), *¿Televisión Pública en México?*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Pensar la Cultura, México, 1993, pp. 19-40.

(8180-8179 A)

El autor señala que para responder a la interrogante acerca de cuál es la función social que debe desempeñar la televisión de Estado en México, de una manera profunda y al margen de la concepción hollywoodense de ésta, es necesario considerar la vinculación entre comunicación y desarrollo. El análisis de la relación entre comunicación, televisión y desarrollo conduce a establecer que el crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles de vida de la población a través de la satisfacción de sus necesidades básicas, es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos, dentro de los cuales el detonador común es la adquisición de conciencia sobre las realidades que deben promoverse.

ESTEINOU MADRID Javier

"El peso del Tratado de Libre Comercio sobre la cultura nacional", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 27, FMB, México, enero-febrero de 1993, pp. 47-49.

Dentro del modelo de desarrollo modernizador que ha elegido seguir el Estado mexicano para las próximas décadas de crecimiento del país, el autor considera indispensable que se efectúe una reflexión exploratoria que analice esta realidad y formule distintas posibilidades de acción sobre lo que debe hacer el Estado y la sociedad civil para encarar maduramente el panorama futuro de la cultura nacional vía las industrias de la comunicación.

ESTEINOU MADRID Javier

"Desmantelamiento de la televisión pública", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 29, FMB, México, mayo-junio de 1993, pp. 63-65.

El autor anota que al permitir que cada vez más a los medios estatales los gobiernen las leyes del mercado en vez de las directrices de la planificación nacional del crecimiento cerebral, psíquico, emo-

tivo y espiritual de la población, el Estado mexicano abandona de manera paulatina y silenciosa su obligación social de crear las condiciones subjetivas para el crecimiento equilibrado, que anémicamente ejerció en el pasado vía éstos, y ahora permite la acción de las primitivas leyes del capital en el campo de la cultura y la conciencia.

275

ESTEINOU MADRID Javier

“Hacia otro modelo de televisión. El caso mexicano del Canal 22”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 18/19, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-diciembre de 1993, pp. 131-178.

(7713-7710 A)

Este artículo propone un proyecto de recuperación, mediante el Canal 22, del sentido social de la televisión mexicana, pues según el autor, de no diseñarse las políticas de comunicación de este nuevo canal desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas.

276

ESTEINOU MADRID Javier

“National Sovereignty, Communication and World Integration. The Case of Mexico”, *Mexican Journal of Communication*, vol. 1, núm. 1, FMB, México, september 1993, pp. 77-86.

(7763-7756 A)

277

También como “Medios, modelos y Estado: un discurso político” en Roth y Lameiras (eds.), *El Verbo Oficial*, El Colegio de Michoacán/ITESO, Guadalajara, 1994, pp. 81-96.

(8156-8153 A)

El agotamiento del modelo de desarrollo tradicional que siguió México los últimos quince años, la presión de la banca internacional para el pago de la monumental deuda externa, y la crisis sociopolítica resultante, obligaron al Estado mexicano a abandonar su tradicional estrategia de buscar la consolidación interna a través del modelo de sustitución de importaciones, que fue implementado en México las últimas tres décadas. Comenzando con el abandono de esta estrategia, y especialmente desde 1982, el gobierno mexicano adoptó como estrategia para el crecimiento interno la urgente anexión de la economía nacional al mercado mundial, y trató así de financiar la recupera-

ción y el crecimiento interno incrementando las exportaciones y atrayendo en mayores proporciones la inversión extranjera.

278

ESTEINOU MADRID Javier

"La cultura y la comunicación mexicana bajo las leyes del mercado", *Estudios*, núm. 34, ITAM, México, otoño de 1993, pp. 88-98.

Dentro del nuevo contexto modernizador y dentro del nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización, debemos considerar que así como el Estado no puede dejar una cantidad de actividades en manos del sector mercantil a riesgo de que desaparezcan, así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una cultura social para la sobrevivencia nacional.

279

ESTEINOU MADRID Javier

"La era del hombre-máquina", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 32, FMB, México, noviembre-diciembre de 1993, pp. 46-47.

Dada la aplicación del proyecto de desarrollo neoliberal en el campo cultural en nuestro país, independientemente de las crisis periódicas que se presentan a nivel material en la sociedad mexicana, una de las próximas grandes crisis radicales que surgirán en México y en las sociedades occidentales que han seguido el proyecto neoliberal como base de su desarrollo, será de carácter psíquico y espiritual, es decir, profundamente humanista.

280

ESTEINOU MADRID Javier

Televisión pública y desarrollo cultural, Reflexiones Universitarias, núm. 6, UAM-Xochimilco, México, 1994, 61 pp.

Dentro del marco de profundo cambio estructural que vive el país desde 1982 por la incorporación intensiva a los procesos de globalización, especialmente a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y Canadá, y ante la inminencia de

transformar el Canal 22 en una institución de carácter cultural, cabe cuestionar el proyecto de desarrollo cultural del Estado mexicano.

281

ESTEINOU MADRID Javier

“Televisión nacional y globalización cultural: el caso de México” en Lozano (ed.), *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC I*, CONEICC, México, 1994, pp. 47-70.

(8002-8000 A)

El autor argumenta la necesidad urgente de reflexionar sobre nuestra cultura y la acción de los medios de comunicación, particularmente de la televisión, para conservar su esencia nacional dentro de la dinámica de acelerado cambio modernizador que vive el país; pues el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modificará los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. De lo contrario, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

282

ESTEINOU MADRID Javier

“Comunicación, hegemonía y transformación del Estado capitalista”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 16/17, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1994, pp. 209-253.

(8080-8076 A)

Si bien es cierto que existen multitud de trabajos que han abordado desde una perspectiva materialista el estudio de la propiedad de los medios, el universo de discursos que transmiten, la evolución tecnológica que experimentan, los efectos individuales y nacionales que provocan, los patrones de consumo cultural que imponen, la cobertura simbólica que alcanzan, las relaciones de poder que reproducen, la transnacionalización de hábitos ideológicos que fomentan, etcétera, no hay una relación madura que examine el lugar histórico que ocupan los medios de comunicación en el conjunto de aparatos de hegemonía, y por consiguiente dentro de la estructura cultural que ha construido el Estado capitalista en la actual etapa transnacional.

283

ESTEVA Gustavo

“México: realidad y perspectivas de la comunicación democrática”, *Segundo Foro Internacional de Comunicación de El Día*, México, 1988, pp. 197-209.

(4982-4975 A)

Después de una larga crítica al uso de la “palabra-amiba” comunicación, el autor expone que se ha hecho posible en México esperar que el sistema transnacionalizado de comunicación en que se ha estado tratando de convertir a la sociedad mexicana pueda empezar a disolverse, ante la regeneración progresiva del sueño democrático de los mexicanos. Empezamos ahora, así sea tenuemente, a construir un régimen en el cual, como la sombra de un árbol, la democracia formal cubra y proteja la multiplicación de espacios comunitarios en que sea dable ejercer, en toda su diversidad, las libertades y las autonomías, las que sentimos nuestras y nos dan sentido.

284

ESTRADA Gerardo

“México ante la mirada europea”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 124, FCPyS, UNAM, México, abril-junio de 1986, pp. 131-137.

El desconocimiento en Europa de la realidad de los países del Tercer Mundo es un obstáculo para la comunicación entre los países de ambas regiones. El autor proporciona ejemplos de cómo son abordadas las noticias y los análisis sobre México en los medios de comunicación franceses.

285

FADUL Ligia María

“¿Han dejado de ser estratégicas las telecomunicaciones?”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 13, FMB, México, septiembre-octubre de 1990, p. 30.

(6379-6373 A)

Mediante una revisión del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, de la creación de Telecom y el proceso de desincorporación de Telmex, la autora plantea una serie de preguntas que pueden resumirse en el eventual abandono del carácter estratégico de las telecomunicaciones por el gobierno mexicano.

FADUL Ligia María y Fátima FERNÁNDEZ CHRISTLIEB

"Los caminos de la modernización. Reflexiones ante las nuevas tecnologías de comunicación", *Telos*, núm. 19, FUNDESCO, Madrid, España, septiembre-noviembre de 1989, pp. 113-120.

(5927-5913 A)

La informatización de las sociedades latinoamericanas, es decir, la incorporación de las nuevas tecnologías de comunicación e información en todos los ámbitos de la vida social, se nos ha presentado como la única alternativa viable para alcanzar el crecimiento. A mayor número de computadoras, cables de fibra óptica, satélites, bancos de datos y redes digitales integradas, mayor grado de modernización alcanzaremos. Sin embargo, los problemas estructurales de América Latina se acrecientan en vez de solucionarse, a pesar de la nueva tecnología.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

"Nuevas tecnologías de información en México", *Comunicación Social*, vol. 5, núm. 8, FCS, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia, mayo de 1986, pp. 35-43.

(3803-3802 A)

Este trabajo, que ilustra sus planteamientos con el caso del Sistema Morelos de Satélites, sostiene que la nueva tecnología, para que llegue a satisfacer realmente necesidades colectivas, tiene que contar con un núcleo industrial endógeno y sobre todo con la participación directa y no instrumental de los actores sociales.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

"Algo más sobre los orígenes de la televisión latinoamericana", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 18, FELAFACS, Lima, Perú, octubre de 1987, pp. 32-45.

(4321-4318 A)

A propósito del proyecto de satélite Panamsat, la autora elabora un acercamiento histórico a la incorporación de la televisión en América Latina, enfatizando la historia de presiones políticas e intereses económicos que llevaron a constituir las redes privadas de radiodifusión en los países latinoamericanos. Los aislados estados nacionales se enfrentaron a un esfuerzo orgánico de las grandes cadenas norteamericanas, donde ya existía conciencia con respecto a

la función política de los medios, mucho antes de que los gobiernos latinoamericanos se lo plantearan.

289

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

“Hacia una historia social de la radio en Veracruz”, *Extensión*, núm. 27, Universidad Veracruzana, Xalapa, abril-junio de 1988, pp. 33-35.

(5019-5018 A)

Este artículo presenta una cronología y los datos aislados que pueden obtenerse documentalente. Los demás aspectos de las primeras décadas de la radio en Veracruz no saldrán de archivos públicos de la ciudad de México y es probable que no estén consignados en papel tampoco en Veracruz. Es mucho lo que la historia oral podría rescatar acerca de los mensajes que emitieron las radiodifusoras de aquellos años, y sobre todo acerca de las diferencias de cada una de las estaciones y de lo que eventualmente pudo haberlas distinguido de las emisoras del centro del país y de los demás estados de la República.

290

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

“Comunicación, tecnología y dependencia”, *Segundo Foro Internacional de Comunicación de El Día*, México, 1988, pp. 267-278.

(4984-4975 A)

La autora argumenta que el actual fenómeno de la dependencia, y en específico lo relativo a las tecnologías de punta, no puede referirse únicamente a la situación de subordinación que guardan unos países respecto a un puñado de corporaciones multinacionales, sino que en las pasadas dos décadas hemos presenciado también la dependencia de lo político hacia una fase de recuperación de la economía. Es decir, la esfera de lo fundamentalmente público ha doblado las manos ante las imposiciones de lo más elitista y salvaje del capital privado internacional.

291

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

“¿Cabe la democracia en la TV de hoy?” en Cordero, Trejo y Vega (coords.), *México, el reclamo democrático, Siglo XXI/ILET*, México, 1988, pp. 203-216.

(5180 C)

292

También en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 2, FMB, México, noviembre-diciembre de 1988, pp. 13-18.

(5152-5150 A)

El propósito central de la autora es la definición de los rasgos principales del nuevo contexto en el cual habrá de librarse la batalla por encontrar, más allá de la retórica democratizante, fórmulas duraderas y convincentes para vincular a este medio de difusión con el ejercicio democrático de la sociedad.

293

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

La radio mexicana. Centro y regiones, Juan Pablos, México, 1991, 188 pp.

(7158 A)

La autora hace en este libro una descripción del desarrollo que ha tenido la radio en diversas entidades del país. Reseña eventos importantes y algunas características de los pobladores de Sonora, Campeche, Hidalgo, el Distrito Federal y Nuevo León. Fernández Christlieb relaciona lo anterior con el desarrollo histórico de la radio. Analiza también el fenómeno del centralismo en la radiodifusión mexicana.

294

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

"La radio mexicana, centro y regiones", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 19, FMB, México, septiembre-octubre de 1991, pp. 35-37.

(7184-7178 A)

Este es un extracto de la presentación del libro en que, con el mismo título, la autora presenta su análisis de los efectos que las fuerzas nacional y regional ejercieron sobre el desarrollo de la radio, sin duda el más importante medio de comunicación masiva.

295

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

"La dinámica centro-regiones en la industria de la radiodifusión en México" en Aceves, Arredondo y Luna (comps.), *Radiodifusión Regional en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 23-36.

(6722-6720 A)

296

También en Tapia (ed.), *Las realidades regionales de la crisis nacional*, El Colegio de Michoacán, Zamora, 1993, pp. 583-602.

Este texto señala que el análisis que pretende hacer es una aproximación preliminar que únicamente busca el plantear el problema y dar algunos indicadores de la existencia de otras centralidades radiofónicas y de su relación con el ancestral centro político de México. El proponer el estudio de las diversas centralidades que coexisten en territorio mexicano persigue, además de la profundización en las regiones, un objetivo que atañe al análisis del gran centro: su redimensionalización.

297

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima

Avatares del Teléfono en México, Ericsson, México, 1991.

Las telecomunicaciones son un sector de primera importancia para el progreso del país. El desarrollo y modernización de su infraestructura es el resultado de la conjunción de esfuerzos que por largo tiempo han aportado las autoridades mexicanas, las empresas operadoras de las redes y los proveedores de sistemas. Ericsson, que por más de 85 años ha participado en este empeño común en México, primero como operadora y años después como proveedora y fabricante de sistemas para redes públicas y corporativas de telecomunicaciones, auspicia esta obra para dejar testimonio de una historia de gran importancia, hasta hoy poco divulgada, en el primer centenario de la creación de la hoy Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

298

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima y Ligia María FADUL

"Fibras ópticas en América Latina. Realidades, proyectos y desafíos", *Telos*, núm. 10, FUNDESCO, Madrid, España, junio-agosto de 1987, pp. 105-110.

(4694 C)

299

También en *Comunidad Informática*, núm. 30, INEGI/SPP, México, julio-septiembre de 1987, pp. 9-15.

(5017-5016 A)

En este artículo se refiere cómo los países de América Latina aún no han clarificado su postura respecto a la utilización de la fibra óptica. Múltiples interrogantes se abren a su utilización, y sólo Brasil destaca en lo que a su fabricación se refiere.

300

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima y Ligia María FADUL

“¿Puede América Latina producir fibras ópticas?”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 21, FELAFACS, Lima, Perú, julio de 1988, pp. 28-35.

(5081-5079 A)

Las autoras realizan un diagnóstico del estado tecnológico en Brasil, México y Argentina, países que ya han incursionado en la producción de fibras ópticas, distinguiéndolos de Venezuela, Uruguay, Colombia, Perú y Chile, que se disponen a ingresar en este campo industrial. En general queda claro que en América Latina se dispone de una limitada infraestructura industrial y la producción de fibras ópticas supone la disponibilidad de grandes inversiones y una sofisticada tecnología.

301

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Pablo

“Psicología Social como ciencia de la comunicación”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 131, FCPyS, UNAM, México, enero-marzo de 1988, pp. 47-64.

(5056-5053 A)

Definiendo a la comunicación como expresión, intercambio e interpretación de símbolos y significados, mediante los que se crean o se descubren las experiencias, acontecimientos y objetos dotados de sentido que constituyen la realidad colectiva, resulta que la psicología es la disciplina de esta comunicación; ya desde principios del siglo Mead, De Saussure, Voloshinov, Blonedl, Halbwachs, la habían concebido así.

302

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Pablo

“La gente: los públicos y las masas”, *Umbral XXI*, núm. 8, Universidad Iberoamericana, México, primavera de 1992, pp. 46-53.

(6919-6917 A)

Ya sea en público o en masas, la gente se reúne para comunicarse o expresarse, para razonar o sentir, en grupos de dos, de varios o de cientos de miles. En este ensayo no exento de humor, el autor hace

ver la dinámica, a la vez patente y desconocida, de esos grupos informales en los que la gente, nosotros, ese ser vivo, participa.

303

FERNÁNDEZ COLLADO Carlos

“El encuentro de Marshall McLuhan con la tecnología”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 21, FMB, México, enero-febrero de 1992, pp. 41-45.

Este ensayo revisa las circunstancias en las cuales, a fines de los cuarenta y principios de los cincuenta, Marshall McLuhan descubrió la tecnología, gracias a su colega canadiense Harold A. Innis, muerto en 1952, y la publicación de la revista *Exploraciones*, que le permitió a McLuhan alcanzar notoriedad internacional.

304

FERNÁNDEZ FONT Jorge

“El significado (un problema de filosofía y de comunicación)”, *Cuadernos de Comunicación*, núm. 98/99, Comunicología Aplicada de México, México, 1989, pp. 59-68.

(6060-6058 A)

El significado interviene en forma decisiva en la estructura y proceso de la comunicación en tres niveles: uno, a nivel del código; otro, del mensaje; y el otro, a nivel del acto concreto de comunicación. La comunicación es aquel trabajo de significación por el que los hombres se informan, se expresan y se convencen del contenido, la orientación y el sentido histórico de una práctica determinada al interior de una sociedad.

305

FERRER BOHORQUES Eulalio

“La lógica de la magia”, *Cuadernos de Comunicación*, núm. 97, Comunicología Aplicada de México, México, diciembre de 1987, pp. 21-24.

(4703-4701 A)

La ciencia ficción es el género narrativo que sitúa sus tramas en un mundo cuya única pretensión de realidad es la posibilidad de su existencia. Describir lo que tienen en común todos estos mundos posibles resulta una labor muy compleja. No hay que olvidar que las

condiciones del conocimiento existente en un momento histórico y una cultura determinados imponen los límites de la imaginación. Lo que en el pasado era ciencia ficción, hoy puede ser realidad y, por el contrario, lo que ayer resultaba creíble, hoy puede no serlo.

306

FERRER BOHORQUES Eulalio

“El posicionamiento: la importancia de encontrar el sitio en el mercado”, *Cuadernos de Comunicación*, núm. 98/99, Comunicación Aplicada de México, México, diciembre de 1989, pp. 31-41.

(6059-6058 A)

La creación de un programa de imagen (corporativa) tiene los siguientes pasos cíclicos: definir la dimensión del esfuerzo que se pretende hacer y con qué propósito; identificar los públicos a los que se pretende dirigir; investigar sus necesidades en relación con la empresa y su imagen actual; definir los rasgos de imagen que se pretenden comunicar para cada público y articularlos de tal manera que se presenten como una unidad única y sin contradicciones ni lagunas; crear y contrastar la eficiencia de las piezas de comunicación a usar; definir la estrategia de contacto con el público que se pretende usar; difundir los mensajes creados; y evaluar los resultados de este esfuerzo en el público.

307

FERRER RODRÍGUEZ Eulalio

“Lenguaje publicitario, una poética del consumo”, *Chasqui*, núm. 23, CIESPAL, Quito, Ecuador, julio-septiembre de 1987, pp. 6-11.

(4665-4664 A)

Según el autor, el oficio nos impone la medida de lo concreto, de lo real, de lo verosímil. En el lenguaje publicitario todo se vuelve nombrable, numerable, memorable. Sí, a condición de que todo sea verdadero. En el marco referencial, claro está, de ese extenso mundo de preferencias, gustos y sensaciones que requiere la conciliación armónica entre la emoción y la razón. Cuando la publicidad cumple este requisito primordial, actúa, como ningún otro componente de la comunicación, a la manera de un tranquilizante social, desde el juego competitivo que tiene a la libertad como esencia. Desde una profesión que, para ser eficaz, necesita ser capaz.

FERRER RODRÍGUEZ Eulalio

La historia de los anuncios por palabras, Edicom, México, 1987, 197 pp.

(4174 A)

En la geografía universal de la publicidad, los anuncios por palabras ocupan un extenso territorio, seguramente el más humano de ella. Es un territorio en contemporánea expansión. Por su índice constante de crecimiento se ha convertido en una gran reserva económica del periodismo impreso. Cierta sector de la prensa, bastante extenso, tendría dificultades para subsistir sin los anuncios por palabras. Los anuncios por palabras representan lo que pudiera llamarse el lado público de la prensa escrita, al integrar la única sección de ella construida en su totalidad por los usuales consumidores de periódicos. Lectores que crean su propio género de noticias.

FERRER RODRÍGUEZ Eulalio

"Comunicación y lenguaje publicitario", *Cuadernos de Comunicación*, núm. 97, Comunicología Aplicada de México, México, diciembre de 1987, pp. 13-20.

(4702-4701 A)

Quizá hayamos llegado al punto en que la comunicación deba entenderse como lenguaje... y algo más. Es la comunicación, como centro de lenguajes y medios, la que hoy nos descubre nuevas palabras, la que altera y cambia los valores históricos del significado. La que extiende el mundo del símbolo y la realidad desde su cotidiana acción persuasiva. Dentro de las dinámicas que identifican al lenguaje de la comunicación, el de la publicidad es seguramente el más representativo, el que mejor expresa el vitalismo de nuestro tiempo; quizá el que más penetra en la realidad de las apariencias.

FERRER RODRÍGUEZ Eulalio

"Las trilogías en el lenguaje mexicano de la publicidad", *Cuadernos de Comunicación*, núm. 98/99, Comunicología Aplicada de México, México, 1989, pp. 69-78.

(6061-6058 A)

La trilogía es una manifestación consciente o subyacente en la vida de México. Se explica que ella sea determinante en el lenguaje publicitario. Además de formar parte de una corriente natural, está dentro de una antigua tendencia en la historia de la publicidad, la cual

se ha acentuado en el mundo de hoy y que es muy posible prevalezca al término de nuestro siglo. Si se anticipa que los mensajes televisivos serán casi subliminales, de tres palabras. Los investigadores de la memoria nos dicen que en ella se alojan más rápidamente las frases de tres palabras, las palabras de tres sílabas y las marcas de tres letras. Desde la cima del concepto, los filósofos —y hasta los economistas— proclaman que la síntesis gobierna el análisis.

311

FERRER RODRÍGUEZ Eulalio

“La lengua española en Estados Unidos y en su publicidad”, *Cuadernos de Comunicación*, núm. 100, Comunicología Aplicada de México, México, 1990, pp. 39-48.

(7962-7960 A)

De acuerdo con este texto, el mercado creciente de la población de origen hispano en Estados Unidos es inseparable de una activa publicidad, en la que se invierten anualmente alrededor de 700 millones de dólares. De acuerdo con los planes de las principales firmas norteamericanas interesadas en el mercado, la inversión publicitaria en 1992 se acercaría a los dos mil millones de dólares. Siendo Estados Unidos, posiblemente, el único país del mundo en que el ser humano, desde que nace, es cautivo de la publicidad, ella en sus diversas variables, influye y condiciona el comportamiento de la población hispana.

312

FLORES OLEA Víctor

“Cultura, tradición y modernidad”, *Intermedios*, núm. 2, RTC, México, junio-julio de 1992, pp. 54-61.

Ante el reto globalizador al que nos enfrentan las nuevas tecnologías y la necesidad de mercados cada vez más amplios, el autor reflexiona acerca del papel de la cultura y las tradiciones en este nuevo orden mundial. Afirma que abandonar el aislamiento no significa perder el cuidado de la identidad sino acceder al diálogo.

313

FLORES OLEA Víctor

“Los rostros en movimiento”, *Intermedios*, núm. 5, RTC, México, diciembre 1992-enero 1993, pp. 18-23.

El autor reflexiona sobre las cambiantes formas que el proceso de adquisición de una identidad ha adoptado en nuestro país. Ante los retos de la modernidad, es importante comprender que el contacto entre culturas diferentes es una oportunidad para fortalecer los valores esenciales y la identidad profunda de los pueblos.

314

FLORES PALACIOS María Leticia

Imágenes proyectadas por el periódico regiomontano El Norte sobre Estados Unidos en 1992. Tesis de Maestría en Educación con especialidad en Comunicación, ITESM, Monterrey, 1993, 120 pp.

(7787 B)

Este trabajo analiza la información que publicó el periódico de mayor circulación en la ciudad de Monterrey sobre Estados Unidos en 1992, mediante la técnica del análisis de contenido. Los resultados mostraron que hubo una gran variedad de temas planteados, los cuales se ubicaron con mayor recurrencia en las páginas interiores del periódico. También se detectó cuál fue la tendencia o inclinación de las noticias, los personajes que fungieron como fuentes de información, las ciudades de donde provenían las noticias y otros aspectos que resultaron de importancia para establecer algunas conclusiones.

315

FREGOSO PERALTA Gilberto

“La página editorial de *El Informador* (decano de la prensa jalisciense)”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 7, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1989, pp. 11-54.

(5715-5714 A)

El artículo presenta los resultados del análisis de una muestra de sesenta números de *El Informador*, publicados entre septiembre de 1987 y agosto de 1988 en Guadalajara. Se confirman y detallan las tendencias editoriales ya conocidas del diario, que se centra prioritariamente en temas sobre el panorama socio-económico y político internacional, la economía y la política mexicanas desde un punto de vista predominantemente conservador.

316

FREGOSO PERALTA Gilberto

“Las elecciones federales de 1988 en la prensa de Guadalajara”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 8, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-abril de 1990, pp. 43-64.

(6078-6076 A)

Un análisis de la información política presentada por tres diarios de Guadalajara (*El Informador*, *El Occidental* y *Ocho Columnas*) en el lapso de un año (septiembre de 1987 a agosto de 1988) con respecto a las elecciones federales. Entre los hallazgos destaca la cobertura menor a los comicios y la ostensible preferencia por el partido del gobierno en los tres diarios, su conservadurismo y carácter predominantemente comercial.

317

FREGOSO PERALTA Gilberto

“Fútbol México-86: así se hizo el Mundial”, *Chasqui*, núm. 34, CIESPAL, Quito, Ecuador, abril-junio de 1990, pp. 70-79.

(6216-6215 A)

En el conjunto de los medios estudiados en este análisis, desde quince días antes y en el transcurso del Mundial México 86, se tendió a prestarle mayor atención informativa que al acontecer de la crisis. Tal vez en cualquier otro país hubiera sucedido algo similar, pues es innegable la dimensión mundial que hoy por hoy han adquirido espectáculos de la talla del aquí reseñado, pero tampoco puede negarse la magnitud que para 1986 alcanzaba ya el crack económico mexicano.

318

FREGOSO PERALTA Gilberto

“Análisis sobre información política en la prensa de Guadalajara: la sucesión presidencial” en Arredondo, Fregoso y Trejo, *Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 185-248.

(6741-6736 A)

Un aspecto poco estudiado por los analistas del poder y los comunicólogos en México lo es el de la información política en los periódicos regionales. Con motivo del reciente proceso electoral para elegir presidente de la República y representantes al Congreso de la Unión, el autor emprendió la tarea de cuantificar y evaluar la información que los tres diarios principales en Guadalajara publicaron al respecto. *El Informador*, *El Occidental* y *Ocho Columnas* fueron los rotativos seleccionados por su presunto mayor tiraje y circulación dentro de la zona metropolitana de Guadalajara.

FREGOSO PERALTA Gilberto

“Cinco meses después...” en Arredondo, Fregoso y Trejo, *Así se llamó el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991, pp. 249-264.

(6742-6736 A)

Este trabajo complementa el del mismo autor contenido en el mismo libro sobre la sucesión presidencial de 1988, según la refirieron los diarios *El Informador*, *El Occidental* y *Ocho Columnas* en Guadalajara. Este artículo recupera, sistematiza y evalúa la información publicada por dichos periódicos concerniente al proceso que culminó el 4 de diciembre de 1988 para elegir gobernador, alcaldes y diputados locales en el estado de Jalisco. En esta ocasión la muestra abarca 111 ejemplares publicados entre septiembre y diciembre de ese año.

320

FREGOSO PERALTA Gilberto

“La prensa de Guadalajara: cuatro versiones de una tragedia”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 16/17, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, septiembre 1992-abril 1993, pp. 155-194.

(7681-7678 A)

Este artículo da a conocer los resultados de un análisis de la cobertura que los diarios *El Informador*, *El Occidental*, *Ocho Columnas* y *Siglo 21* hicieron de las explosiones del 22 de abril de 1992 en la ciudad de Guadalajara. Entre muchas diferencias entre los periódicos, destaca la ausencia virtual de ingredientes explicativos y contextuales en los cuatro diarios.

321

FREGOSO PERALTA Gilberto

“Entre el drama de la crisis y el circo futbolero. Aproximación a la opinión pública”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 18/19, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-diciembre de 1993, pp. 207-222.

(7715-7710 A)

En este artículo se recuperan algunos datos provenientes de una encuesta realizada en Guadalajara justamente antes del campeonato mundial de fútbol de 1986, sobre la relación de algunas variables vinculadas a la crisis y el fútbol, que cobran relevancia en el contexto

de una renovada crisis en México y un nuevo campeonato mundial de fútbol.

322

FREGOSO PERALTA Gilberto

Prensa regional y elecciones, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1993.

(7584 A)

Análisis tanto cualitativo como cuantitativo de la información contenida en los diarios tapatíos *El Informador* y *El Occidental*, así como de *El Norte* de Monterrey, durante las elecciones federales de 1991 en México. Tomando en cuenta para el análisis desde la publicidad hasta los editoriales, pasando por las notas informativas y las fotografías, el autor ofrece un panorama claro del comportamiento de la prensa durante la época de elecciones y hace evidente la vinculación existente entre los dueños de los medios de difusión masiva, el partido del gobierno y el gobierno mismo.

323

FREGOSO PERALTA Gilberto

"De eso no se habla..." en Cervantes y Sánchez Ruiz (coords.), *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*, CEIC, Universidad de Guadalajara/ALAIC, Guadalajara, 1994, pp. 19-34.

(7718-7717 A)

Hay facetas del quehacer investigativo ordinario casi nunca dadas a conocer por quienes nos dedicamos a entresacar de la realidad algunos aspectos con el propósito manifiesto de sistematizarlos y entenderlos mejor. Pareciera casi siempre más importante comunicar los resultados de las indagaciones como producto, y no tanto reparar en el proceso que nos condujo a la obtención de ciertos hallazgos, cuando los hay.

324

FREGOSO PERALTA Gilberto y Gabriela GÓMEZ RODRÍGUEZ

"Los medios de difusión en México, un haz de desequilibrios", *Comunicación y Sociedad*, núm. 12, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-agosto de 1991, pp. 139-162.

(6810-6801 A)

Este trabajo presenta una descripción estadística de la distribución de los medios de prensa, radio y televisión en el país según diversos criterios de análisis, en las diversas regiones y entidades federativas del país.

FREGOSO PERALTA Gilberto y Gabriela GÓMEZ RODRÍGUEZ

“La prensa regional ante los comicios: una actitud invariable de 1988 a 1991”, *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 23, FMB, México, mayo-junio de 1992, pp. 32-34.

(7225-7215 A)

Mediante una revisión de la cobertura electoral de *El Informador* y *El Occidental* de Guadalajara y *El Norte* de Monterrey, los autores señalan cómo, voluntaria o involuntariamente, los periódicos mostraron, particularidades de por medio, un desapego inocultable con referencia a los comicios federales de agosto de 1991 (y también hacia los locales), tal vez como expresión de la apatía ciudadana ante elecciones que a pocos terminan por convencer.

FREGOSO PERALTA Gilberto y Enrique E. SÁNCHEZ RUIZ

Prensa y Poder en Guadalajara, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1993.

(7585 A)

Los autores recopilan los datos que conforman la historia del periodismo en Guadalajara desde 1792 a la fecha. Haciendo un análisis exhaustivo de cada diario tapatío (publicidad, editoriales, caricaturas, etc.), integran una cronología sistematizada de la evolución de la prensa tapatía. Además, presentan el estado actual de la prensa de la segunda ciudad más importante del país, incluyendo en el análisis a los periódicos *El Informador*, *El Occidental*, *El Diario*, *Ocho Columnas*, *El Jalisciense*, *El Financiero* (edición Jalisco), *Tiempo de Jalisco* y *Siglo 21*, entre otros.

FUENTES Gloria

Historia de las Comunicaciones y los Transportes en México: La Radiodifusión, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, México, 1987, 201 pp.

Este libro contiene una reseña histórica del desarrollo de la industria de la radio y la televisión en México que comienza por establecer los principios técnicos que las hacen posibles y enfatiza las operaciones de las empresas del sector, así como de las instancias oficiales de regulación de las actividades en el país.

328

FUENTES NAVARRO Raúl

"Nuevas tecnologías y escuelas de comunicación en América Latina", *Renglones*, núm. 7, ITESO, Guadalajara, abril de 1987, pp. 29-35.

(3864-3863 A)

329

También en *Nuevas Tecnologías y Comunicación*, FELAFACS, Bogotá, Colombia, 1987, pp. 145-155.

Los impactos de las nuevas tecnologías se han hecho sentir y continuarán afectando las múltiples estructuras de la producción, de la organización social y de la cultura que conforman nuestro entorno. En esta transformación, el papel de la comunicación, esencia de la sociabilidad e instrumento multiforme de las relaciones sociales, plantea a sus estudiosos nuevos desafíos junto a problemas antiguos, entre los cuales se destacan algunas implicaciones para las escuelas de comunicación en relación con el trabajo teórico, con la práctica educativa y con el ejercicio profesional.

330

FUENTES NAVARRO Raúl

"El diseño curricular en la formación universitaria de comunicadores sociales para América Latina. Realidades, tendencias y alternativas", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 17, FELAFACS, Lima, Perú, junio de 1987, pp. 76-87.

(3861-3857 A)

Este artículo señala la importancia de una concepción dinámica del diseño curricular para la formación de comunicadores sociales. Desde una perspectiva educativa, el autor relaciona algunos problemas comunes en las relaciones del currículum con las necesidades sociales, la práctica educativa, el ejercicio profesional, la teoría de la comunicación y los sujetos de la formación que norma el currículum.

331

FUENTES NAVARRO Raúl

La investigación de comunicación en México: sistematización documental 1956-1986. Tesis de Maestría en Comunicación, ITESO, Guadalajara, 1987.

(4263 B)

Publicada por Ediciones de Comunicación, México, 1988, 656 pp.
(4959 A)

Este trabajo reúne la documentación que representa los primeros treinta años de producción de conocimiento sobre la comunicación en México. Incluye más de dos mil referencias, índices sistemáticos y un ensayo exploratorio sobre las trayectorias de la investigación nacional en el campo.

FUENTES NAVARRO Raúl

"Escuelas de comunicación y brechas tecnológicas en México",
Diálogos de la Comunicación, núm. 19, FELAFACS, Lima, Perú,
enero de 1988, pp. 36-45.

(4675-4670 A)

Este trabajo propone un replanteamiento crítico de la formación universitaria de comunicadores tomando como pretexto el estudio de las nuevas tecnologías. Critica tres "reducciones" imperantes: la de la comunicación a medios y éstos a tecnología; la de la neutralidad política de la tecnología; y la de la inclusión temática por materias curriculares. Ante ellas, propone tres hipótesis a explorar en las escuelas de comunicación.

FUENTES NAVARRO Raúl

"Pensar la comunicación desde la cultura", *Renglones*, núm. 11,
ITESO, Guadalajara, agosto de 1988, pp. 10-14.

(5024-5023 A)

También en *Signo y Pensamiento*, núm. 14, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, primer semestre de 1989, pp. 119-128.

(5783-5778 A)

Este artículo presenta un comentario extenso a propósito del libro *De los Medios a las Mediaciones* de Jesús Martín Barbero y una serie de reflexiones que surgen a propósito del estudio de la comunicación latinoamericana en el escenario contemporáneo, tratando de leer el "mapa" propuesto para integrar el análisis de la comunicación en el de la cultura, y ambos a su vez en un marco político.

FUENTES NAVARRO Raúl

"La investigación mexicana en comunicación. Sistematización documental 1956-1986" en Sánchez Ruiz (comp.), *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*, Edicom/Universidad de Guadalajara, México, 1988, pp. 61-84.

(5135-5133 A)

Este texto resume la presentación de los resultados de la sistematización documental sobre la investigación de la comunicación en México a partir de 1956. Da cuenta de las principales tendencias que a lo largo de los años han ido orientando la producción en el campo, y de la distribución de los documentos según diversas categorías de análisis, para evidenciar que el desarrollo de la disciplina como campo de investigación apenas comienza.

FUENTES NAVARRO Raúl

La investigación sobre la investigación de la comunicación en México, Cuadernos de Trabajo, núm. 4, Maestría en Comunicación, ITESO, Guadalajara, enero de 1989, 50 pp.

(5630 A)

Este es un informe de investigación correspondiente a la primera fase del Análisis Comparativo de los Sistemas de Comunicación en Brasil y en México, en que se da cuenta del estado de la cuestión en cuanto a la investigación académica de la comunicación como práctica social en México.

FUENTES NAVARRO Raúl

"Notas para una historia de la AMIC", *Boletín ALAIC*, núm. 1, Comité de Reconstitución de la ALAIC, São Paulo, Brasil, enero de 1989, pp. 43-48.

(5191-5190 A)

En este artículo se resume una breve historia documental de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, desde su fundación en 1979. A propósito del décimo aniversario, se reflexiona además sobre las perspectivas renovadas y las distintas condiciones en que la asociación ha debido integrarse.

FUENTES NAVARRO Raúl

“El estudio de la comunicación en las universidades latinoamericanas”, *Telos*, núm. 19, FUNDESCO, Madrid, España, septiembre-noviembre de 1989, pp. 156-159.

(5933-5913 A)

El estudio de la comunicación tiene ya una larga historia en las universidades latinoamericanas. Durante más de medio siglo, un número continuamente creciente de instituciones de educación superior ha tratado de aportar elementos de comprensión y formación profesional en este campo, en todos los países de la región. Las últimas tres décadas han sido particularmente importantes en este sentido, de manera que hoy en día, la formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina parece estar todavía en pleno desarrollo, dentro de un marco académico, profesional y social cada vez más complejo.

FUENTES NAVARRO Raúl

“Trayectorias y perspectivas de la investigación de la comunicación en México”, *Renglones*, núm. 15, ITESO, Guadalajara, diciembre de 1989, pp. 4-11.

(5731-5730 A)

Este trabajo sintetiza la panorámica general del proceso de constitución en México de un campo de estudio especializado en la generación de conocimiento sobre la comunicación, en que se entretienen dos niveles analíticos: a través de una recuperación sistemática de la investigación sobre la investigación en el país y mediante una reconstrucción del trayecto histórico y el momento actual de la práctica social de la investigación de la comunicación.

FUENTES NAVARRO Raúl

“Prácticas profesionales de la comunicación. Caracterización y perspectivas de desarrollo ante la crisis” en Varios, *Crisis y Comunicación en México*, t. 2, CONEICC/Universidad de Colima, Colima, 1990, pp. 91-102.

(6009-6000 A)

El autor sintetiza en tres campos, el de la producción de mensajes, el institucional y el de la educación, las prácticas profesionales de los comunicadores sociales, tratando de construir categorías que den cuenta de los ejercicios concretos que desempeñan de hecho los

egresados de las escuelas de comunicación. Dentro de cada uno de los campos propuestos se ubican prácticas decadentes, predominantes y emergentes de diversas relevancias socioprofesionales y diferentes composiciones operativas, que permiten identificar y evaluar las prácticas concretas con respecto a condiciones y necesidades sociales específicas.

342

FUENTES NAVARRO Raúl

"El desarrollo, la organización y el uso de la comunicación social en México" en Paoli Bolio (coord.), *Desarrollo y Organización de las Ciencias Sociales en México*, CIIH, UNAM/Miguel Angel Porrúa, México, 1990, pp. 181-210.

(6102 C)

El propósito general de este ensayo es exponer una panorámica de los orígenes, desarrollo y perspectivas del estudio de la comunicación en México, pero sin descuidar la ubicación de las particularidades nacionales en la trama de influencias e interrelaciones que a nivel mundial han determinado la constitución de una ciencia social aún mal definida y en pleno proceso de fundamentación.

343

FUENTES NAVARRO Raúl

La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y la comunicación, Cuadernos de Diálogos, núm. 9, FELAFACS, Bogotá, Colombia, noviembre de 1990, 7 pp.

(7430-7429 A)

344

También en *Comunicación, estudios venezolanos*, núm. 76, Caracas, Venezuela, cuarto trimestre de 1991, pp. 43-51.

En la primera parte de este trabajo se revisan los tres modelos curriculares principales que han orientado en América Latina la formación universitaria de comunicadores sociales y el lugar que asignan a la investigación cada uno de ellos. En la segunda parte se presenta un análisis de los artículos que ha publicado la revista *Diálogos de la Comunicación*, de FELAFACS. Concluye afirmando que la década de los noventa podría estar dedicada intencionalmente al desarrollo de la investigación y a la articulación de sus resultados

con los retos que enfrenta el campo en la formación universitaria, el desarrollo profesional, la identidad cultural y la democracia social.

345

FUENTES NAVARRO Raúl

"*Cuadernos de Comunicación y la constitución de un campo académico y profesional en México (1975-1990)*", *Cuadernos de Comunicación*, núm. 100, Comunicología Aplicada de México, México, diciembre de 1990, pp. 9-16.

(7961-7960 A)

No es tarea fácil recuperar, como lo intenta este artículo, en unas pocas páginas, lo que ha significado una publicación especializada para la constitución de un campo de estudios y de prácticas tan complejo y dinámico como el de la comunicación en México. Sin embargo, el hecho está ahí: la presencia continua de *Cuadernos de Comunicación* durante los últimos quince años, a través de la sólida concreción de cien números y la innegable contribución que ha prestado a nuestros quehaceres y reflexiones profesionales.

346

FUENTES NAVARRO Raúl

"Investigar la comunicación en los noventa: las perspectivas mexicanas", *Revista Universidad de México*, núm. 484, UNAM, México, mayo de 1991, pp. 16-19.

(6717-6715 A)

Entre los desafíos y perspectivas de la investigación mexicana de la comunicación en los noventa, quizá la prioridad estará puesta en las condiciones que definen la profesionalidad de los investigadores: por un lado, la consolidación y ampliación de los apoyos laborales e institucionales necesarios para concentrar la dedicación a las tareas del desarrollo científico y académico; por otro, el incremento y reconocimiento de la calificación científica, especialmente en lo que corresponde a la solvencia metodológica de las investigaciones, aspecto que, hasta últimas fechas, ha sido particularmente descuidado.

347

FUENTES NAVARRO Raúl

La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México, ITESO/CONEICC, Guadalajara, 1991, 260 pp.

(6365 A)

El objetivo de este libro es exponer una panorámica general del proceso de constitución en México de un campo de estudio especializado en la generación de conocimiento sobre la comunicación. Este propósito se inserta en un doble contexto: por un lado como un paso más en el afán personal por convertir un interés vocacional, que tiene casi veinte años en desarrollo, en formulaciones discutibles y comparables, apoyadas en el trabajo académico cotidiano. Por otro lado, como contribución al Estudio Comparativo de los Sistemas de Comunicación Social en Brasil y en México, en su segunda fase, como "perfil" del subsistema mexicano de investigación.

348

FUENTES NAVARRO Raúl

Diseño curricular para las escuelas de comunicación, Trillas/FELAFACS, México, 1991, 183 pp.

(6627 A)

Este libro tiene como propósito central exponer lo más sintética y sistemáticamente posible, una visión de conjunto —una versión— sobre los principios y determinaciones subyacentes en la formación universitaria de comunicadores sociales, con pretensiones de aplicabilidad tanto en México como en otros países de América Latina. Se divide en tres partes: el estudio de la comunicación y sus problemas; el diseño curricular en comunicación, y las escuelas de comunicación ante las nuevas tecnologías.

349

FUENTES NAVARRO Raúl

"Comunicación, universidad y profesión", *Reglones*, núm. 20, ITESO, Guadalajara, agosto de 1991, pp. 33-36.

(7293-7292 A)

El autor señala en este artículo que, así como la universidad, el conocimiento y el trabajo académico tienden a ser instrumentalizados según los intereses divergentes de distintos agentes sociales, la comunicación tiende también a ser reducida a algunas de sus aplicaciones funcionales a lo que esos agentes buscan: el lucro, el poder, la reproducción del sistema y el control social. Los usos concretos de la comunicación y sus recursos son precisamente los que convierten a las prácticas socioculturales de comunicación en objetos de estudio y de atención estratégica, porque a través de sus redes y sistemas se teje cada vez más la dinámica que conforma el entorno en que vivimos y nuestra propia identidad.

350

FUENTES NAVARRO Raúl

“Prácticas profesionales y utopía universitaria: notas para repensar el modelo de comunicador”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 31, FELAFACS, Lima, Perú, septiembre de 1991, pp. 37-42.
(6697-6693 A)

Ante los cambios y la crisis social y universitaria que afecta, además de sus propias insuficiencias, a la formación universitaria de comunicadores, el autor propone una reflexión sobre las intenciones y las condiciones del proyecto universitario, que pasa necesariamente por una articulación entre diagnóstico y utopía social, que es necesario reformular críticamente.

351

FUENTES NAVARRO Raúl

“La institucionalización de la comunicación como ciencia social en México. Algunos aportes teóricos para su investigación”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 13, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, septiembre-diciembre de 1991, pp. 25-60.
(7574-7572 A)

Como parte de un esfuerzo por determinar las características y las condiciones en que se ha desenvuelto el campo académico de la comunicación en México, este artículo pretende situar conceptualmente tres dimensiones en medio de cuyas tensiones se ha institucionalizado la comunicación como estudio social en México: la crisis de los paradigmas en ciencias sociales, la dependencia histórico-estructural de la ciencia latinoamericana y el proceso de formación de una ideología profesional entre los académicos.

352

FUENTES NAVARRO Raúl

“Identidad y cultura en el espacio audiovisual”, *Renglones*, núm. 21, ITESO, Guadalajara, diciembre de 1991, pp. 28-32.
(7297-7295 A)

Pensar la cultura en el umbral del tercer milenio exige partir de que más que de la escuela, la escritura o las artes, las visiones del mundo para la inmensa mayoría de la población mundial se forman y transitan primordialmente en el “espacio audiovisual”, esa cada vez más compleja interrelación entre cine, radio, televisión y video que nos sumerge, literalmente, en un universo de mensajes, imágenes y esquemas tanto de percepción como de expresión, cada día más complejo y totalizante. Esta preeminencia de la cultura audiovisual

por encima de otras instancias, más tradicionales, de la cultura "formal", tiene una especial significación en América Latina.

353

FUENTES NAVARRO Raúl

"El estudio de la comunicación desde una perspectiva socio-cultural en América Latina", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 32, FELAFACS, Lima, Perú, marzo de 1992, pp. 16-27.

(7148-7145 A)

Este trabajo trata de sintetizar, con todas las limitaciones y los sesgos que caracterizan a una versión personal, algunas de las orientaciones conceptuales y prácticas que pueden identificarse como impulsoras de la dinámica del campo de estudio de la comunicación en América Latina en la última década.

354

FUENTES NAVARRO Raúl

"Diez propuestas para una estrategia latinoamericana de investigación de la comunicación" en Marques de Melo (coord.), *Comunicación latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*, ALAIC, São Paulo, Brasil, 1992, pp. 109-120.

(8164-8161 A)

Tratando de centrarse en la coyuntura académica, el autor sintetiza en diez puntos las conclusiones que surgen de una recuperación histórica de la investigación latinoamericana sobre comunicación y las perspectivas con las que pueden enfrentarse los retos que imponen las transformaciones económicas, políticas y culturales globales en proceso. Finalmente lo que se busca es proponer algunas acciones prácticas con las que se pueda impulsar estratégicamente el desarrollo del campo en los noventa.

355

FUENTES NAVARRO Raúl

Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina, FELAFACS, México, 1992, 285 pp.

(7133 A)

El autor aborda la problemática de la comunicación y los acercamientos a su investigación y práctica desde los años sesenta, además de la tensión entre el desarrollo y la dependencia y la dicotomía entre científicidad y contribución al cambio social, presentes desde la década de los setenta en América Latina. Concluye analizando las

temáticas, los aportes principales y algunas dimensiones del estudio de la comunicación con miras a los noventas.

356

FUENTES NAVARRO Raúl

“Telecomunicaciones, cultura y enseñanza de la comunicación”, *Diálogos de la Comunicación*, núm. 36, FELAFACS, Lima, Perú, junio de 1993, pp. 82-87.

(7949-7944 A)

Según este artículo en la actualidad, como quizá en ninguna otra dimensión del desarrollo, exceptuando quizá la política económica, la investigación y la toma de decisiones en telecomunicaciones exigen una vinculación extremadamente estrecha, mediada por la planificación. En ese contexto, el autor señala algunas iniciativas de FELAFACS y de la UNESCO para incorporar el estudio de las telecomunicaciones en las escuelas latinoamericanas de comunicación, relacionándolas con las temáticas de la globalización y de las identidades.

357

FUENTES NAVARRO Raúl

“La institucionalización del campo académico de la comunicación en México y en Brasil: un primer acercamiento comparativo” en Lozano (ed.), *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC I*, CONEICC, México, 1994, pp. 101-128.

(8005-8000 A)

358

También en *Intercom, revista brasileira de comunicação*, vol. XVII, núm. 1, Intercom, São Paulo, Brasil, enero-junio de 1994, pp. 10-32.

Este artículo establece una comparación entre los sistemas académicos de comunicación de México y de Brasil y sus procesos de institucionalización, partiendo de los contextos nacionales históricos y estructurales, y desde las condiciones para la práctica académica en las instituciones de educación superior de ambos países.

359

FUENTES NAVARRO Raúl

“El estudio de la comunicación en México y en España. Un acercamiento comparativo a su institucionalización académica”,

Comunicación y Sociedad, núm. 20, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, enero-abril de 1994, pp. 79-106.

(8063-8059 A)

Este ensayo intenta documentar algunas de las semejanzas y contrastes entre los "subsistemas" mexicano y español de investigación académica de la comunicación. Primero traza un breve contexto estructural sobre los dos países y sus respectivos sistemas educativos y científicos; luego ubica el estudio de la comunicación en un contexto académico-disciplinario relativamente común; caracteriza los respectivos campos académicos de la comunicación; y finalmente, analiza las condiciones y estructuras de su institucionalización, así como su producción y organización.

360

FUENTES NAVARRO Raúl

"La investigación de la comunicación ¿hacia la post-disciplinaria en ciencias sociales?" en Lameiras y Galindo (eds.), *Medios y Mediaciones*, El Colegio de Michoacán/ITESO, Guadalajara, 1994, pp. 221-243.

(8102-8093 A)

El propósito de este ensayo es argumentar que la investigación de la comunicación muestra algunas tendencias que permiten sostener la hipótesis de una actividad científica de producción de conocimiento sobre la realidad sociocultural al margen de las adscripciones disciplinarias que se han definido desde el siglo XIX, movimiento que puede interpretarse como un principio emergente de la práctica de las ciencias sociales del siglo XXI.

361

FUENTES NAVARRO Raúl y Enrique E. SÁNCHEZ RUIZ

Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México, Huella, núm. 17, Cuadernos de Divulgación Académica, ITESO, Guadalajara, 1989, 39 pp.

(5375 D)

Este trabajo es producto de un análisis de las condiciones en que se realiza la investigación de la comunicación en México, sujeta a una "triple marginalidad" con respecto a las ciencias sociales, junto con éstas en el ámbito de la actividad científica en general, y como ciencia con respecto a las prioridades del desarrollo y la cultura nacional.

FUENTES NAVARRO Raúl y Enrique E. SÁNCHEZ RUIZ

"Tendencias de la investigación en comunicación en México (1985-1990)", *Boletín ALAIC*, núm. 3, ALAIC, São Paulo, Brasil, noviembre de 1990, pp. 23-29.

(6476-6473 A)

También en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 13, FMB, México, septiembre-octubre de 1990, pp. 31-33.

(6380-6373 A)

En suma, este trabajo afirma que entre 1985 y 1990 se han sentado bases muy importantes para una mayor profesionalización de la investigación mexicana en comunicación, y se han creado diversas oportunidades de interrelación de los esfuerzos de investigadores antes aislados. Asimismo, se han multiplicado las posibilidades de desarrollo de la indagación sistemática en diversas regiones del país, todo lo cual ha contribuido a crear una nueva configuración del campo académico de la comunicación.

FUENTES NAVARRO Raúl y Enrique E. SÁNCHEZ RUIZ

"Investigación sobre comunicación en México: los retos de la institucionalización", *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, núm. 3, PROICOM, Universidad Iberoamericana, México, marzo de 1992, pp. 11-38.

(6812-6811 A)

En este texto se presentan algunas de las preguntas que los autores han tratado de formular y responder en los últimos años sobre el proceso de constitución de un campo especializado en la producción de conocimiento sobre la comunicación en México. Se resume una caracterización general elaborada sobre las prácticas sociales de investigación de la comunicación en el país; y se sintetiza el marco de determinaciones mediadoras en que se han desarrollado históricamente esas prácticas, tanto en su "interior" (factores epistemológicos, teórico-metodológicos) como desde su "exterior" (condiciones estructurales, institucionales), para apuntar algunos de los retos que la incipiente comunidad científica habrá de enfrentar para legitimar el campo en los noventa.

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"Investigación social y comunicación", *Signo y Pensamiento*, núm. 9, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, segundo semestre de 1986, pp. 73-92.

(3798-3797 A)

Para el autor, en la perspectiva de la relación epistemológica sujeto-objeto, desde siempre algo extraño y de llamar la atención sucede con las ciencias sociales; el llamado objeto incluye al sujeto, el sujeto es parte del objeto. Esto no podría ser más interesante; en cada acto de análisis social hay un desdoblamiento de personalidad, el investigador se contempla a sí mismo, es la puesta en escena del tallado dramático del yo y del mí. Lo que permite la salida de esta situación es la virtualidad del lugar, el investigador está aquí, lo investigado está allá, el investigador desde aquí mira hacia allá. Y lo que está de este lado de la virtualidad es que tanto el aquí como el allá del investigador social son sociedad, imposible salirse de tal hecho.

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"Cultura nacional-cultura regional. El fuego y la fragua de un proceso de unidad", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 2, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, febrero de 1987, pp. 173-202.

(3852-3849 A)

El autor presenta un bosquejo general del proyecto en proceso en los estados del norte de México sobre cultura nacional, cultura regional, melodrama y medios masivos. Se expone el marco general de la investigación con sus etapas específicas, enfatizando el empleo de monografías, estudios etnográficos e historias de vida.

GALINDO CÁCERES L. Jesús

Movimiento social y cultura política. Discurso, conciencia, historia..., Universidad de Colima, Colima, 1987, 237 pp.

(4286 A)

El movimiento urbano popular, entendido como el proceso de composición social popular de la organización social global en un sentido urbano, es un fenómeno que conmociona al país y particularmente a la ciudad de México en los últimos años. De ahí la necesidad de su estudio, pero ¿cómo estudiarlo?, ¿qué estudiar de él?,

he aquí el principio del problema en el diseño de un estudio sobre el asunto. La respuesta en este caso dependió de una situación considerada como el centro de la organización social, el orden, el orden social, el orden como dimensión objetiva de la composición social, pero también como dimensión subjetiva de la misma.

368

GALINDO CÁCERES L. Jesús

Organización social y comunicación, Premiá, Tlhuapan, 1987, 140 pp.

(4988 A)

La investigación social contemporánea está caracterizada por la heterogeneidad en los últimos cincuenta años, y sobre todo en los últimos treinta el desarrollo de perspectivas de análisis ha sido extraordinario. Tanto en Europa como en América se cuentan por cientos los centros de investigación y por miles los investigadores: la panorámica actual es de una fabulosa abundancia de información. En tal marco la decisión sobre la línea de investigación a seguir en nuestro medio se complica, ante tantas alternativas de calidad indudable. Este libro indica un itinerario de cuatro años en busca de respuesta.

369

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Encuentro de subjetividades, objetividad descubierta. La entrevista como centro del trabajo etnográfico”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 3, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, mayo de 1987, pp. 151-184.

(4315-4309 A)

El autor propone la entrevista como técnica eje del trabajo etnográfico. El encuentro de la subjetividad del investigador y la subjetividad de quien es estudiado da lugar a la reconstrucción de la complejidad social.

370

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Lo cotidiano y lo social. La telenovela como texto y pretexto”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 4/5, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, febrero de 1988, pp. 95-136.

(4966-4964 A)

Este artículo contiene dos propuestas: crear un modelo discursivo de análisis de las telenovelas como productos comunicativos, sobre

cuatro categorías: narrativa, estilo, lenguaje y argumentación; y una perspectiva antropológica general de análisis en que se emplea la etnografía para comprender y explicar el fenómeno global de las telenovelas como eventos socioculturales.

371

GALINDO CÁCERES L. Jesús

Leer lo social. Apuntes sobre comunicación y organización, Avances de Investigación, núm. 6, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1988.

Toda lectura tiene un marco, un contexto en el cual se ubica y se desarrolla contradictoria y explícitamente. Este trabajo propone un método de lectura de nuestro marco social, pero primero delinea su figura y hace sentir su peso como tareas necesarias. México es una trama interminable de aspectos imposibles de presentar en un espacio como éste. Lo que sí es posible decidir es qué es aquello más relevante para su comprensión en una breve presentación.

372

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Cultura popular urbana y comunicación”, *Signo y Pensamiento*, núm. 12, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, primer semestre de 1988, pp. 137-152.

(4963-4961 A)

Este artículo lleva a la conclusión de que tanto modificaciones en las redes de comunicación como en el tipo de información traerán repercusiones en los patrones de reproducción cotidiana. La relación análisis acción sobre la tendencia reproductiva de la vida cotidiana, trae consigo inmediatamente impulsos de transformación. Esto verificado en los frentes de lucha de clases conlleva en la dialéctica conciencia-práctica las vías para la transformación social sustantiva.

373

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Elementos para una crítica de las culturas populares”, *Renglones*, núm. 12, ITESO, Guadalajara, diciembre de 1988, pp. 45-47.

(7276-7271 A)

En nuestro medio ha venido creciendo el interés por las culturas populares. Esto es manifestación de algo que puede convertirse en un segundo o tercer aire para la antropología mexicana, que al mismo

tiempo señale la aparición de nuevas preocupaciones sobre viejos temas y el ascenso a la mirada analítica de nuevos problemas que requieren nuevas aproximaciones. O también puede suceder que la ciencia social se esté transformando ya hacia nuevas conformaciones de la relación teoría-realidad, y que estas preocupaciones novedosas sean indicadores de tal progreso.

374

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“La ambición del orden en juego. Los movimientos sociales, ensayo sobre método y objeto”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 6, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1989, pp. 11-38.

(5614-5613 A)

Una propuesta metodológica basada en la etnografía, la construcción de tipologías y los movimientos sociales concebidos como un excelente objeto de análisis social e histórico.

375

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Proceso pedagógico. Comunicación y participación estudiantil”, *Signo y Pensamiento*, núm. 14, FCS, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, primer semestre de 1989, pp. 31-44.

(5780-5778 A)

Para el autor, pensar en la educación es imaginar de inmediato el contexto escolar, el aula, los maestros, la hora del recreo, la tarea. Con un poco más de tiempo y ansiedad, la imagen se convierte en varios años de la vida entre cuatro paredes frente a un pizarrón. Y forzando aún más el momento, la idea de la composición social inducida por un marco institucional altamente ritualizado, cubre por completo el concepto de educación.

376

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Leer y escribir la historia. Movimiento social y vida contemporánea”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 7, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, septiembre de 1989, pp. 11-26.

(6013-6012 A)

Las diferentes dimensiones de la historia y sus registros conducen al autor a una reflexión sobre el movimiento de la acción, la memoria y la textualidad histórica.

377

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"La sonrisa y la mueca. Cultura juvenil urbana y comunicación", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 25, FELAFACS, Lima, Perú, octubre de 1989, pp. 50-59.

(6067-6064 A)

Este ensayo explora las dimensiones de la cultura urbana de los jóvenes, de esos sujetos que están hechos de la materia de las promesas, pertenecen al presente pero se realizan en el futuro. Las tendencias a la homogeneidad cruzan la oferta permanente de la información, pero la juventud busca también la independencia y la autonomía, y debe ser escuchada también.

378

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"La cultura emergente en los asentamientos populares urbanos. La fase de lucha por las condiciones materiales de vida", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 8/9, Programa Cultura Universidad de Colima/Carrasquilla, Colima, 1990, pp. 349-366.

(6032-6022 A)

En este artículo se propone una tipología de los movimientos urbanos populares en el tiempo y en el espacio que parte de la hipótesis de la selectividad urbana. La tipología se construye en cinco etapas y se divide en dos fases. La primera tiene que ver con la actividad sobre las condiciones materiales de vida, que va desde la carencia total hasta un mínimo de bienestar. La segunda tiene que ver con la actividad sobre las condiciones subjetivas de vida, del deseo, el poder y la salud. Se propone también una fase de transición entre las dos.

379

GALINDO CÁCERES L. Jesús

La mirada en el centro. Vida urbana en movimiento, Huella, núm. 19, Cuadernos de Divulgación Académica, ITESO, Guadalajara, 1990, 62 pp.

(6471 A)

El análisis y comprensión de la cultura es un campo que se mueve cada vez a mayor velocidad. Los puntos de vista y las perspectivas

sobre la vida y el cosmos se han ido incluyendo en la experiencia y la memoria que la mirada culturoológica descubre e inventa. El trabajo aborda el modelo de la etnografía para la investigación de estas realidades, la organización y composición social, el movimiento y la acción social y la cultura.

380

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"El filo de la navaja. Notas sobre cultura, comunicación y movimiento social", *Signo y Pensamiento*, núm. 16, Pontificia Universidad Javeriana, Santa Fe de Bogotá, Colombia, primer semestre de 1990, pp. 71-86.

(7973-7972 A)

Este artículo presenta una relación conceptual elaborada por el autor entre cultura, conocimiento, comunicación, organización y movimientos sociales a partir de sus experiencias de investigación etnográfica.

381

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"Empresa educativa de la comunicación: necesidades y voluntades en los ochenta" en Varios, *Crisis y Comunicación en México*, t. 2, CONEICC/Universidad de Colima, Colima, 1990, pp. 75-90.

(6008-6000 A)

Para el autor de este texto, la crisis en la sociedad mexicana se vive en la universidad y en las escuelas de comunicación en la medida que se vive la propia crisis universitaria y de los modelos de escuela actuales. La empresa educativa se pregunta a sí misma para poder preguntar a la sociedad como un todo. Las escuelas de comunicación mexicanas enfrentarán a la crisis de los ochenta en tanto se miren y resuelvan relacionamente los que les toca, definición de su papel y su quehacer como actores sociales especiales que son.

382

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"Cuando el dentro está afuera. Exterioridad e Interioridad en la vida social", *Relaciones, Estudios de Historia y Sociedad*, núm. 42, El Colegio de Michoacán, Zamora, primavera de 1990, pp. 79-100.

Las miradas posibles al mundo son variadas y distintas. Un hombre ubicado en el sentido común de su tiempo aprecia lo que es pertinente e ignora lo que no lo es; se detiene ante la calificación importante y se sigue de largo ante lo señalado socialmente como insignificante. De generación en generación los mundos cambian, pero no sólo por la disposición de sujetos y objetos, o por la aparente transformación de su ropaje, sino también por el punto de vista. El sentido común se mueve con los tiempos, el significado de la vida muta con la vida misma en su devenir sin retorno.

383

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“En la voz y la garganta del futuro. Comunicaciones, culturas y movimientos sociales emergentes”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 9, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, mayo-agosto de 1990, pp. 29-52.

(6422-6420 A)

El autor examina la emergencia de nuevas prácticas de comunicación (una transición del paradigma autoritario al diálogo), los nuevos tipos de movimientos sociales (de “políticos” a “civiles”) y las nuevas identidades culturales que se gestan y manifiestan en México. La convergencia de esos elementos constituye tanto los signos genéricos de la vida contemporánea como los desafíos para el futuro de la sociedad.

384

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Buscando un rostro, encontrando una mirada. Cultura y movimiento social”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 10, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1990, pp. 11-40.

(6758-6757 A)

Según el autor de este artículo, los movimientos sociales hacen la cultura y la cultura hace los movimientos sociales; esta dialéctica es el centro de la vida social. Dentro de este marco, la lectura de la situación permite elaborar los antecedentes y la prospectiva de la cultura y de los movimientos étnicos.

385

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Cultura política, cultura popular y comunicación: esto no cambia hasta que cambia”, *Umbral XXI*, núm. 4, Universidad Iberoamericana, México, otoño de 1990, pp. 26-29.

(6905-6903 A)

El autor de este ensayo se pregunta qué es lo que sucede en México con la relación cultura política-cultura popular. Para tomar una posición se requiere un punto de vista, una lectura, un diagnóstico, una perspectiva, un marco de experiencia e información y, por supuesto, un objetivo.

386

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“La tercera orilla. Religión popular y vida urbana”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 11, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1991, pp. 199-216.

(6771-6763 A)

El autor propone cómo pasar de la descripción a la organización del sentido, de los mapas y la cartografía a las reglas y gramática de la vida social, desde un punto de vista etnográfico. La acción y el sentido constituyen el centro de la vida humana. La composición social se configura a diversos niveles. El más evidente, el de la vida cotidiana, es el inferior. El más profundo, el sentido de la vida, es el superior. La religión está en el nivel más alto, pero afecta la organización total de la vida social.

387

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Vida y muerte del sentido. Sentido común, religión y cultura”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 12, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1991, pp. 47-66.

(6775-6773 A)

El autor establece una relación entre el sentido común y la religión y entre el sentido común y la cultura. La primera relación permite al hombre situarse en lo más alto de la creación por medio de una sola mediación, y la segunda emerge entre las fronteras del presente, el pasado y el futuro. Argumenta el uso de la etnografía para la construcción y reconstrucción del sentido social.

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"Vía pública, vida pública. De los caminos de vida y la calle en la organización urbana", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 13/14, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1992, pp. 11-28.

(8072-8071 A)

Para comprender la vida urbana se requiere una descripción de ella. El principio para obtener la comprensión son los mapas situacionales, donde se localicen todos los acontecimientos del curso vital colectivo. La vida pública (en la calle) y la vida privada (doméstica) son elementos esenciales para conocer el entorno situacional de las ciudades contemporáneas.

GALINDO CÁCERES L. Jesús

Ideología y comunicación. El Estado, la hegemonía y la difusión masiva, Premiá, Tlahuapan, 1992.

En el presente trabajo se investiga el uso de ciertos medios masivos por parte del Estado en una campaña de difusión. Esto mostrará el comportamiento estatal en el uso de los medios de comunicación masiva. Este es un intento de explicitación de lo que el Estado puede decir masivamente. El trabajo está compuesto de dos partes: la primera es un recorrido teórico por el tema de las ideologías. La segunda es la presentación de una investigación particular de la campaña de medios del Programa Nacional de Alfabetización de Adultos. Cada parte tiene una cierta independencia pero las dos fueron diseñadas para su presentación complementaria.

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"El fuego y la espada. Movimientos sociales y cultura política", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 15, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1993, pp. 11-34.

Este texto está dividido en tres partes. Las dos primeras tienen que ver con los dos modelos interpretativos de la vida social que corresponden a dos ciclos del trabajo intelectual. La última propone una perspectiva basada en la porción más ordenada de la elaboración conceptual sobre movimientos sociales y cultura política.

391

GALINDO CÁCERES L. Jesús

Cultura mexicana en los ochenta. Apuntes de metodología y análisis, Universidad de Colima, Colima, 1994.

El presente texto es parte del producto final del trabajo de ocho años del Programa de Investigación sobre Cultura Nacional y Cultura Regional. Se compone de dos partes. La primera presenta un apunte metodológico escrito en el segundo semestre de 1992; la segunda es un largo artículo escrito en el primer semestre de 1993 sobre la configuración cultural regional y nacional de México. Ambos forman una unidad, son dos rostros de una misma hoja, en una se muestra la visión que ordena el trabajo detrás de la operación analítica concreta y de la acción perceptiva en campo, en el otro se expresa el ejercicio analítico sobre las formas informativas y las materialidades registradas.

392

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"De comunicación y ciencia cognitiva", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 16/17, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1994, pp. 3-16.

(8077-8076 A)

La comunicación aparece de diversas formas en la literatura cognitiva. Habría que señalar que todo lo lingüístico le es pertinente, que lo simbólico, formal y hermenéutico le es también pertinente, que la interacción y la asociación de lo simple y lo complejo así como la organización y el movimiento le son de igual manera pertinentes. Es decir, todo aquello que los discursos sobre la comunicación han tratado o empiezan a tratar ya forma parte de un campo integrado de conocimiento que rebasa en mucho las pretensiones teoristas de los comunicólogos más sagaces. De lo anterior se deriva la importancia del contacto entre ese enorme campo social de la comunicación con el pensamiento cognitivo. La sociologización excluyente debe terminar.

393

GALINDO CÁCERES L. Jesús

Entre la exterioridad y la interioridad. Apuntes para una metodología cualitativa, Huella, núm. 25, Cuadernos de Divulgación Académica, ITESO, Guadalajara, 1994.

(8092 A)

El autor ofrece un texto-síntesis en el que reflexiona con su particular estilo, ajeno a los formalismos académicos pero sin concesiones sobre el quehacer investigativo. El texto surge de la experiencia acumulada, de una concepción de la ciencia en la que el investigador que investiga es motor y parte del proceso de investigación. La relación entre el sujeto que investiga y el objeto de conocimiento, pocas veces explicitada, es una relación no determinada, entre lo configurado y lo configurable.

394

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Desde la cultura y más allá de la cultura. Notas sobre algunas reflexiones metodológicas” en González y Galindo (coords.), *Metodología y Cultura*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Pensar la Cultura, México, 1994, pp. 205-234.

(8090-8087 A)

El concepto de cultura está unido a las nociones de identidad y alteridad, y también tiene una raíz profunda en la configuración del sentido. Rastrear su historia y sus perfiles es sondear esas asociaciones significativas y algunas otras. Los difusores del término no muestran siempre explícito su origen. Las palabras son colectivas, no tienen autores particulares. El lenguaje es una trayectoria de la percepción humana, en algunos momentos muestra los contrastes entre lo anterior y lo posterior, en otros deja oscuros pasajes completos, delega al olvido el tramado de sus componentes. La cultura en principio es una noción, una articulación de sentido, pero también es una palabra y como tal tiene una historia, un campo léxico-semántico donde adquiere valor.

395

GALINDO CÁCERES L. Jesús

“Comunicación y configuración. Notas para un ensayo de filosofía sobre lo social” en Lameiras y Galindo (eds.), *Medios y Mediaciones*, El Colegio de Michoacán/ITESO, Guadalajara, 1994, pp. 175-195.

(8101-8093 A)

Según el autor, el sentido está íntimamente conectado a la percepción, la percepción es el umbral de la conciencia, la conciencia es el lugar de la voluntad, en la voluntad radica la capacidad de decisión, de la decisión deviene la acción, la acción compone al mundo social y el mundo social ordenado en instituciones conforma el sentido. La cadena puede variar, puede contener más elementos, puede variar el

orden, puede complejizarse en su configuración, puede hacerse más simple. Pero también puede no ser, entonces aparecería otra cosa. Este último caso es el dominio de los mundos posibles, de la imaginación, de la creación.

396

GALINDO CÁCERES L. Jesús

"Historia de vida. Guía técnica y reflexiva", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 18, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1994, pp. 203-230.

(8086-8083 A)

Esta guía fue el instrumento básico utilizado y desarrollado en el proyecto nacional formación y transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México. El autor presenta los procedimientos paso por paso para entrevistar y analizar los significados de la propia vida de la gente.

397

GALINDO CÁCERES L. Jesús y José LAMEIRAS

"Prólogo: la comunicación como nuevo campo antropológico. Las emergencias en ciencias sociales" en Lameiras y Galindo (eds.), *Medios y Mediaciones*, El Colegio de Michoacán/ITESO, Guadalajara, 1994, pp. 15-37.

(8094-8093 A)

A la manera de una conversación escrita, este prólogo combina los textos de ambos autores en cuanto a las relaciones presentes entre la comunicación y la antropología, especialmente en México, en el contexto de la "crisis de los paradigmas" y de la institucionalización de las disciplinas de las ciencias sociales en el país.

398

GÁLVEZ VALENCIA Samuel Roberto

"Proceso(s) de comunicación en organizaciones vecinales de los damnificados por los sismos: orientaciones para su estudio" en Cervantes y Sánchez Ruiz (coords.), *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*, CEIC, Universidad de Guadalajara/ALAIC, Guadalajara, 1994, pp. 245-270.

(7730-7717 A)

Una revisión en 1988-1989 de la base de datos TESISUNAM, la cual reúne las tesis de un sector importante de la producción total de México, permitió determinar que eran mínimas las tesis que estudiaban algún aspecto comunicativo de los damnificados, o por lo menos,

algún aspecto social de los sismos. Lo cual revela la carencia de una forma sistemática de análisis de ese fenómeno y resalta dos aspectos: el predominio de trabajos en torno a cuestiones materiales, y un discurso que enfatiza la dimensión social de los sismos y de los damnificados, pero que no plantea cómo aproximarse a su estudio.

399

GARCÍA CALDERÓN Carola I. E.

Estructura y desarrollo de la televisión por cable en México. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, FCPyS, UNAM, México, 1986.

400

Publicada como *Para conectarse a Cablevisión*, El Caballito, México, 1987, 123 pp.

(4718 A)

Este trabajo ofrece los resultados de una investigación sobre la situación de la televisión por cable en México; analiza el problema desde su origen y el camino recorrido desde sus inicios en 1954 hasta hoy. Para el análisis se sigue un método documental que incluye la consulta al Registro Público de la Propiedad, documentos internos de Cablevisión y de la Cámara de la Industria de la Televisión por Cable. La televisión por cable es una evidencia más del trabajo de Televisa. La orientación del entretenimiento que encubre un proyecto político y cultural. Su trascendencia y las posibilidades de las nuevas tecnologías fueron la preocupación central para escribir este libro, que intenta ser un acercamiento a esa nueva cara de la televisión en México. Es también, este libro, el resultado de una investigación sobre el fenómeno; pretende ser una colaboración al conocimiento de los medios de comunicación en México.

401

GARCÍA CALDERÓN Carola I. E.

“El Estado y la televisión: volver a empezar” en Toussaint (coord.), *¿Televisión Pública en México?*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Pensar la Cultura, México, 1993, pp. 139-158.

(8185-8179 A)

Para la autora, explicar la participación del Estado mexicano en la televisión no es posible sólo a partir del análisis mismo del medio; encuentra su delimitación, en gran medida, en las condiciones del

modelo televisivo adoptado en México hace más de 40 años, en su correspondencia con las políticas económicas del país o la región, y en las relaciones de poder y los cambios de gobierno sexenales que llevan a incorporar lineamientos particulares y muchas veces contradictorios.

402

GARCÍA CALDERÓN Carola I. E. *et al.*

“Televisión y cultura: espacio sin límites”, *Imaginaria*, núm. 01, México, mayo-junio de 1988, pp. 8-13

(5582-5580 A)

Como una generación de iluminados, en 1950 nace en México la primera estirpe cosmopolita y universal; sin clases sociales ni resentimientos psicológicos; llevada de la mano por el consumo y el melodrama; unida, como nunca, por la familia; bajo estrictas formas de consentimiento y concertación, en un mundo donde el entretenimiento es la cultura contemporánea. Antes de que termine nuestro siglo, el campo —la vida campirana— será una imagen nostálgica y la ciudad —el infierno por todos tan temido— será la realidad universal; por lo menos para los latinoamericanos. En ella, la televisión jugará el papel que George Orwell le asignó al Big Brother: vigilará, soñará, deseará y, tal vez, en algún momento realizará nuestros actos.

403

GARCÍA CALDERÓN Carola I. E. y Rafael LÓPEZ

“Medios de comunicación y elecciones. Ruptura de la credibilidad”, *Imaginaria*, núm. 02, México, otoño de 1988, pp. 3-8.

(5591-5590 A)

Una descripción de la campaña electoral previa a las elecciones de 1988 en términos comunicacionales sería la de una atmósfera informativa en cuyo espacio confluyeron emisores y mensajes de distinto signo ideológico (¿signo partidario?) interpellando al electorado; aunque en condiciones desventajosas porque al partido oficial le tocó la mejor parte. La razón de esta característica singular es el resultado de la aplicación de la LOPPE, ley que mandata el uso de los medios de comunicación por los partidos políticos registrados ante la Comisión Federal Electoral.

GARCÍA CANCLINI Néstor

"Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 17, FELAFACS, Lima, Perú, junio de 1987, pp. 4-11.

(3858-3857 A)

El tratamiento de lo popular, como especificidad de la cultura y como expresión de la comunicación, ha venido siendo abordado por comunicadores y antropólogos desde distintas matrices de interpretación y desde premisas que no siempre han contribuido a profundizar en el estudio de sus implicaciones y su íntima vinculación. El autor asume el análisis de este hecho descubriendo las limitaciones que han estado presentes y reclamando una metodología de trabajo transdisciplinario como condición indispensable para una investigación integral sobre las culturas populares.

GARCÍA CANCLINI Néstor

"¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?" en Clacso, *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*, FELAFACS/Gustavo Gili, México, 1987, pp. 21-37.

(4686-4685 A)

Tratando de organizar las posturas y los aportes que permitan avanzar en el conocimiento de lo popular, el autor propone que para no identificar maniqueamente la reproducción de lo establecido con las clases hegemónicas y la transformación con las subalternas, es necesario vincular estas oposiciones con otras dos problemáticas: primero, la manera en que las estructuras sociales se reproducen cotidianamente en los hábitos de consumo y de representación populares; segundo, cómo reelaboran estos sectores la cultura hegemónica, en qué condiciones logran desarrollar su organización autónoma y su capacidad de réplica.

GARCÍA CANCLINI Néstor

"Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano" en García Canclini (ed.), *Políticas Culturales en América Latina*, Grijalbo, México, 1987, pp. 13-62.

(5386-5385 D)

Cuando se recorre la bibliografía producida bajo los títulos "políticas culturales" o "cultura y política", se encuentra ante todo la dificultad de construir y delimitar el objeto de estudio, así como de

establecer un método pertinente de investigación. Se observa que en las dos últimas décadas, desde que comenzó a trabajarse sistemáticamente en este campo, se efectuaron los siguientes movimientos, que significan un avance en esta tarea: de las descripciones burocráticas a la conceptualización crítica; de las cronologías y discursos a la investigación empírica; de las políticas gubernamentales a los movimientos sociales; de los análisis nacionales a la investigación internacional; de la documentación sobre el pasado a la investigación crítica y la planificación.

407

GARCÍA CANCLINI Néstor

“Cultura transnacional y culturas populares. Bases teórico-metodológicas para la investigación” en García Canclini y Roncagliolo (eds.), *Cultura Transnacional y Culturas Populares*, IPAL, Lima, 1988, pp. 17-76.

(5407-5406 D)

En épocas más confortables teníamos un conjunto de principios teóricos para guiar las investigaciones. Ahora somos más pobres: las grandes teorías están en discusión y somos menos temerarios en aplicar lo que queda de ellas a países tan diversos como los que forman América Latina. Para responder a la exigencia de generalidad que supone este texto, es necesario meternos en el centro del debate, pensar en qué se diferencian las polémicas de hoy de las que se hacían diez o quince años atrás e intentar que nuestra reflexión se ubique en algunas situaciones particulares. Se trata, tan sólo, de escribir un documento para la discusión.

408

GARCÍA CANCLINI Néstor

“Cultura transnacional y culturas populares en México” en García Canclini y Roncagliolo (eds.), *Cultura Transnacional y Culturas Populares*, IPAL, Lima, 1988, pp. 177-200.

(5411-5406 D)

Este trabajo tiene su fundamento en que la oposición entre lo transnacional y lo popular se manifiesta, en la investigación científica y en la práctica política, a través de cinco enfrentamientos: en el nivel metodológico, como oposición entre deductivismo e inductivismo; en cuanto a la definición del objeto de estudio, por la polaridad entre lo moderno y lo tradicional; en las políticas culturales, se presenta bajo la forma de tres parejas de oposición: la que enfrenta la defensa del patrimonio local con la innovación tecnológica, las acciones del Es-

tado y las de la iniciativa privada, y la participación en el sistema social como consumidor o como ciudadano.

409

GARCÍA CANCLINI Néstor

"Culturas híbridas. El espacio comunicacional como problema interdisciplinario", *Telos*, núm. 19, FUNDESCO, Madrid, España, septiembre-noviembre de 1989, pp. 13-20.

(5916-5913 A)

La comunicación de masas no es un campo de trabajo exclusivo de los comunicólogos. Los agentes típicos del mundo culto —las universidades, los museos de arte, buena parte de la literatura— también hoy incluyen fenómenos de masas. Con el arte popular sucede algo semejante: las artesanías distribuidas extensamente en los grandes centros urbanos, las fiestas tradicionales que atraen a multitudes de turistas o son transmitidas por TV. Estos hechos son bien conocidos. Pero es más reciente la transformación de las disciplinas dedicadas a lo culto y a lo popular, anteriores a los estudios comunicacionales (la historia del arte, el folklore, la antropología), que reformulan sus objetos y métodos de investigación para conocer los nuevos procesos.

410

GARCÍA CANCLINI Néstor

Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad, Los Noventa, núm. 50, Grijalbo/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1990.

¿Cómo interpretar los actuales conflictos latinoamericanos entre las tradiciones que aún no se han ido y la modernidad que no acaba de llegar? En este libro el autor confronta los debates teóricos acerca de lo moderno y lo posmoderno con estudios sobre los usos populares del arte culto y de los medios masivos. Se analizan comparativamente la forma en que los museos, los políticos y el mercado ritualizan las tradiciones, los comportamientos de Octavio Paz y Jorge Luis Borges ante la televisión, el humor con que las historietas y los graffiti registran los cruces interculturales generados por las migraciones masivas y las nuevas tecnologías. Para entender estas culturas híbridas, el autor propone la utilización combinada de las disciplinas que las analizan por separado: la antropología con la sociología, la historia del arte y los estudios comunicacionales.

GARCÍA CANCLINI Néstor

"Escenas sin territorio. Cultura de los migrantes e identidades en transición", *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, núm. 1, PROICOM, Universidad Iberoamericana, México, 1990, pp. 40-58.

(6430-6427 A)

El autor argumenta los cambios culturales fundamentales que están sucediendo, ya que las identidades no dependen como antes de la ocupación de un territorio y la formación de colecciones de objetos. La categoría de "culturas desterritorializadas" sirve para describir las hibridaciones que se constituyen mediante las migraciones y reformulaciones de la identidad en sectores populares, ejemplificando con la conformación de ese "laboratorio de la posmodernidad" que es la ciudad de Tijuana.

GARCÍA CANCLINI Néstor

"El consumo sirve para pensar", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 30, FELAFACS, Lima, Perú, junio de 1991, pp. 6-9.

(6691-6690 A)

Este texto quiere sugerir algunas líneas teóricas que permitirían ver los procesos de consumo como algo más complejo que la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles. Se sabe que un buen número de estudios sobre comunicación masiva han mostrado que la hegemonía cultural no se realiza mediante acciones verticales en las que los dominadores apresarian a los receptores: entre unos y otros se reconocen mediadores como la familia, el barrio y el grupo de trabajo. En dichos análisis, asimismo, se ha dejado de concebir los vínculos entre quienes emiten los mensajes y quienes los reciben únicamente como relaciones de dominación. La comunicación no es eficaz si no incluye también interacciones de colaboración y transacción entre unos y otros.

GARCÍA CANCLINI Néstor

"Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores", *Diálogos de la Comunicación*, núm. 32, FELAFACS, Lima, Perú, marzo de 1992, pp. 8-15.

(7147-7145 A)

Este trabajo persigue dos objetivos: confrontar los principales modelos teóricos con que diversas ciencias sociales analizan el consumo cultural, y preguntarse cómo combinar esos modelos para estudiar las estructuras particulares de comunicación, consumo y recepción de los bienes culturales en la actual crisis latinoamericana.

414

GARCÍA CANCLINI Néstor

“El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica” en García Canclini (coord.), *El Consumo Cultural en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Pensar la Cultura, México, 1993, pp. 15-42.

El estudio del consumo cultural aparece como un lugar estratégico para repensar el tipo de sociedad que deseamos, el lugar que tocará a cada sector, el papel del poder público como garante de que el interés público no sea despreciado. Conocer lo que ocurre en los consumos es interrogarse sobre la eficacia de las políticas, sobre el destino de lo que producimos entre todos, sobre las maneras y las proporciones en que participamos en la construcción social del sentido.

415

GARCÍA CANCLINI Néstor

“Una modernidad que atrasa. La cultura bajo la regresión neoconservadora”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 16/17, Programa Cultura Universidad de Colima, Colima, 1994, pp. 17-32.

(8078-8076 A)

El autor somete a discusión el modelo de análisis sobre la modernidad que elaboró en el libro *Culturas Híbridas*. Si se parte de lo que se podría llamar las teorías de la modernidad ilustrada, tal como fueron concebidas por Jürgen Habermas y Marshall Berman, o de las definiciones sobre el arte y la literatura modernos de Pierre Bourdieu, Howard S. Becker y Frederic Jameson, es factible, pese a las diferencias entre estos autores, comprender la modernidad en torno a cuatro procesos: emancipación, renovación, democratización y expansión.

416

GARCÍA CANCLINI Néstor

“¿Quién nos va a contar la identidad? Cine, TV y video en la época del postnacionalismo” en Núñez y Solís (comps.), *Comunicación*,

Identidad e Integración Latinoamericana, Universidad Iberoamericana, México, 1994, pp. 67-79.

(8118-8115 A)

Esta ponencia, en el Séptimo Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social (Acapulco, octubre de 1992), concluye que multimedios y multitextualidad son las dos nociones clave para redefinir el papel social del cine y de otros sistemas de comunicación. Así como la posibilidad de que el cine reviva depende de que lo reubiquemos en un espacio audiovisual multimedia, las identidades nacionales y locales pueden persistir en la medida en que las resituemos en una comunicación multicontextual. La identidad dinamizada por este proceso no será sólo una identidad como tal. Es también una coproducción.

417

GARCÍA CANCLINI Néstor (ed.)

Políticas Culturales en América Latina, Grijalbo Enlace, México, 1987, 217 pp.

(5385 D)

Guillermo Bonfil Batalla, José Joaquín Brunner, Jean Franco, Oscar Landi, Sergio Miceli y Néstor García Canclini, bajo la coordinación de éste último, analizan en sendos trabajos el papel de las políticas culturales en la actual crisis de desarrollo y la lucha por la democratización en América Latina.

418

GARCÍA CANCLINI Néstor (coord.)

El Consumo Cultural en México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Pensar la Cultura, México, 1993.

Este libro reúne trabajos de varios especialistas en asuntos de consumo cultural. Tras una novedosa reflexión teórica sobre el tema, ofrece una perspectiva de conjunto sobre la apropiación del espacio urbano y los bienes culturales por parte de los habitantes de la ciudad de México y los jóvenes de Tijuana, la relación de los niños con la lectura y la televisión, las características del público que asiste a los museos y los vínculos entre los movimientos sociales urbanos y los programas culturales.