

RAPPORT FRÅN EN ANDRA KONTAKTRESA

TILL URUGUAY

Om massmedier, utbildning och forskning
i social kommunikation samt Instituto de
Comunicacion y Desarrollo

Lennart Weibull

ARBETSRAPPORT NR 50

1989

ISSN 0283-6696

FÖRORD

Den 26 februari t o m den 7 mars 1989 genomförde jag en kontaktresa till Instituto de Comunicacion y Desarrollo (ICD) i Montevideo, Uruguay. Resan företogs på uppdrag av SIDA och var ett del i ett anslag från SIDA till ICD. Min uppgift var i huvudsak att mot bakgrund av iakttagelser om situationen ge synpunkter på ICD:s verksamhet inom informations- och dokumentationsområdet samt studera fortsatta samarbetsmöjligheter mellan ICD och Avdelningen för masskommunikation vid Göteborgs universitet.

Forskningsassistent Ingela Strid, Avdelningen för masskommunikation, besökte ICD den 5 till 12 mars 1989. Hennes uppgift var att komplettera mina iakttagelser genom att utifrån sina erfarenheter särskilt studera den tekniska utrustning och komma med förslag inom detta område.

I föreliggande rapport redovisas erfarenheterna från resan och de bedömningar dessa resulterat i. Den första delen presenterar den allmänna förutsättningen genom en översikt av mediesituationen i Uruguay. Den andra delen ger en översikt av akademisk utbildning och forskning inom området medier och kommunikation. Mot denna bakgrund belyses verksamheten inom ICD - dess framväxt, nuläge och utvecklingsmöjligheter. Som bilagor finns en mängd dokumentation, bl a Ingela Strids tekniska rapport.

Kontaktresan har också hos mig skapat ett stort intresse för medieutvecklingen och mediasituationen i Uruguay, liksom för forsknings- och utbildningssituation. Det finns även här intressanta beröringspunkter med vad som gäller Sverige. Mot denna bakgrund är det angeläget att Masskommunikation kan behålla och om möjligt befästa de etablerade kontakterna. Detta kan ske genom komparativ forskning, forskar- och lärarutbyte eller regelbundna kontaktresor. Genom att Göteborgs universitet avser att skriva ett utbytesavtal med Universidad de la Republica i Montevideo finns en naturlig bas för fortsatta kontakter. För Masskommunikation gäller det nu att få fram medel som gör det möjligt att svara på det intresse för fortsatta kontakter som finns i Uruguay.

En något utförligare redovisning lämnades till SIDA i maj 1989.

Göteborg i juni 1989

Lennart Weibull

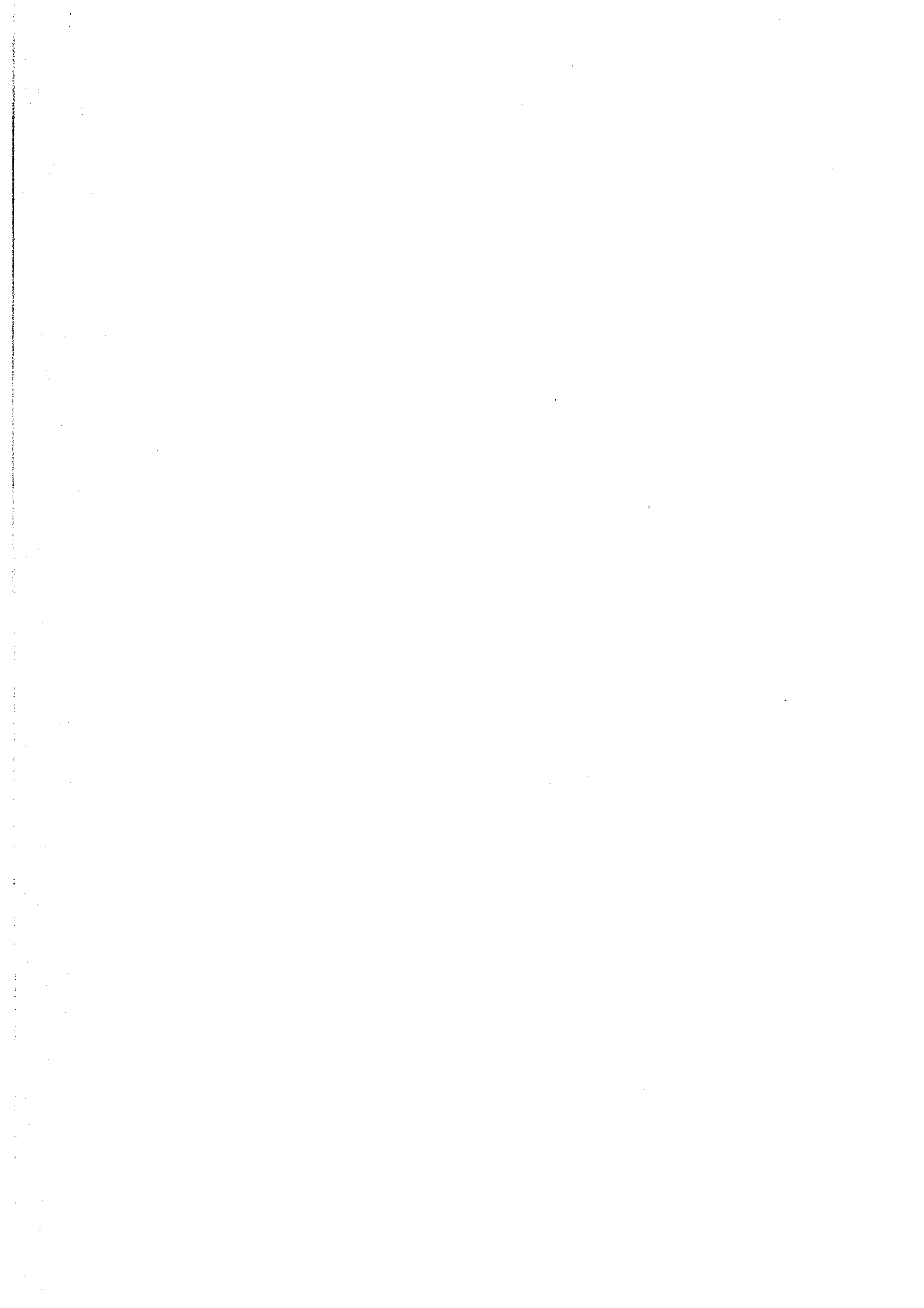


INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	INLEDNING	1
2.	MASSMEDIEUTVECKLING I URUGUAY	2
2.1	En ekonomisk och politisk bakgrund	3
2.2	Dagspressen - ekonomiska problem och politiska band	4
2.3	Lågprisradio och importerad TV	9
2.4	Nyhetsförmedling: ingen nationell nyhetsbyrå	15
2.5	Sverige och Uruguay: några projektidéer	17
3.	AKADEMISK UTBILDNING OCH FORSKNING	19
3.1	Comunicacion Social, Universidad de la Republica	19
3.2	Det katolska universitetet	22
3.3	Masskommunikationsforskningen: mera institut än universitet	23
3.4	Förutsättningar för samarbete med Sverige	25
4.	INSTITUTO DE COMMUNICATION Y DESARROLLO	25
4.1	ICD:s bakgrund och profil	26
4.2	ICD:s arbetsuppgifter	27
4.3	ICD:s verksamhet våren 1989	30
4.4	ICD och Masskommunikation i Göteborg	34
5.	AVSLUTANDE KOMMENTARER	36

REFERENSER

- BILAGA 1 Besöksprogram för Lennart Weibull
- BILAGA 2 Ingela Strids reserapport
- BILAGA 3 Frågeformulär medieundersökning (Marketing Investigadores Asociados)
- BILAGA 4 Program för gemensamt seminarium Universida de la Republica och ICD
- BILAGA 5 Utbildningsbeskrivning för Comunicacion social vid katolska universitet
- BILAGA 6 Program och deltagarförteckning för konferens om informatören inför 1990-talet
- BILAGA 7 Plan för Centrum för information och dokumentation om kommunikationsvetenskap



AVDELNINGEN FÖR MASSKOMMUNIKATION
Göteborgs universitet
1989-04-25

1. INLEDNING

Den 16 april 1989 genomfördes i Uruguay en folkomröstning. Omröstningen gällde ett lagförslag med innebörden att de som begått politiska brott under de tio årens militärdiktatur inte skulle ställas till ansvar för dessa. En majoritet av befolkningen röstade för den föreslagna lagen. Det fanns dock stora skillnader inom landet; i huvudstaden Montevideo var man mera negativt inställd, medan lagförslaget fick starkt stöd i landsorten.

Hösten 1989 skall hållas allmänna val i Uruguay. Dessa blir de första demokratiska valen efter diktaturen. Visserligen hölls formellt sett fria val redan 1984, där vänsteralliansen (Frente Amplio) deltog och fick drygt 20 procent av rösterna. Inför dessa val, som kan sägas markera slutet på diktaturperioden fanns det dock ännu en politisk osäkerhet och flera kända politiker som hade måst fly landet under diktaturen ställde inte upp (jfr Ronnås, 1986; Köhler, 1987). Valen 1989 rymmer inga sådana begränsningar

Det som kännetecknar andra hälften av 1980-talet i Uruguay är således både en demokratiserings- och moderniseringsprocess. Efter perioden av diktatur och politisk slutenhet handlar det nu om att bygga upp en demokratisk struktur. Ett led i detta arbete är informations- och kommunikationsnät av olika slag. Det handlar om att skapa förutsättningar för informations-spridning som kan stärka demokratiseringsprocessen. Det är bl a mot denna bakgrund som det svenska biståndsorget SIDA lämnat bidrag till projekt i Uruguay.

En institution som fått stöd från SIDA är Instituto de Comunicacion y Desarrollo (ICD). Syftet med ICD är informations- och dokumentationsverksamhet, studier av mediestrukturen i Uruguay samt på längre sikt forskning om massmedier. Från starten 1987 har man haft stöd från SIDA, men också av biståndsgörarna i andra länder. ICD har dessutom sedan hösten 1987 haft ett samarbetsavtal med Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet. Avtalet syftar bl a till ett utbyte av material kring forskning och utbildning. Eftersom Göteborgs universitet redan har vissa kontakter med Universidad de la Republica - det statliga universitetet i Uruguay - var det naturligt att Masskommunikation knöt denna kontakt. Enligt planerna skall ett formellt utbytesavtal mellan de två universiteterna slutas under andra halvåret 1989.

I april 1988 besökte Lennart Weibull som företrädare för Masskommunikation i Göteborg ICD i syfte att diskutera samarbetsmöjligheterna. Besöket, som finansierades av Svenska Institutet, resulterade i flera ideer om samarbetsprojekt. I juni 1988 ansökte ICD om fortsatta medel hos SIDA. Dessa avsåg ett större utvecklingsprojekt. SIDA anslog de sökta medlen, men förutsatte samtidigt att kontakterna mellan ICD och Masskommunikation skulle fortsätta. Med hänsyn till detta beviljade SIDA också medel för ännu en kontaktresa, som skulle vara särskilt inriktad på möjligheterna att vidareutveckla det nya projektet och att utveckla kontakterna mellan ICD och Masskommunikation. Diskussionerna med ICD skulle avse avse både det innehållsliga och de tekniska förutsättningarna. Resan gjordes av två företrädare för Masskommunikation och ägde rum 25 februari till 13 mars 1989. Mellan den 25 mars och 7 mars besökte jag Montevideo och den 3-13 mars var Ingela Strid där.

Mot bakgrund av att ett viktigt motiv för de svenska biståndsin-satserna i Uruguay avser stöd till demokratisering kom en viktig del av den första kontaktresan att ägnas åt informationssituationen i landet, särskilt massmediernas ställning. Också det andra besöket syftade till en sådan belysning samt till utökade kontakter med företrädare för både Universidad de la Republica och det katolska universitetet. Programmet hade lagts upp av ICD, i huvudsak efter framförda önskemål om dessa kompletterande besök. ICD hade dessutom anordnat två heldagseminarier. Dessa var inriktade på att för uruguayansk publik presentera svenska erfarenheter från forskning och utbildning inom informations-, kommunikations- och massmedieområdet. Den närmare uppläggningsplaneringen av programmet framgår av bilaga 1.

Föreliggande rapport avser att redovisa mina erfarenheter från kontaktresan till Uruguay. Den innehåller tre huvuddelar. Först presenteras mediasituationen i landet. Denna ger en allmän bakgrund till ICD:s verksamhet inom kommunikations- och medieområdet, men rymmer även en avslutande ide om ett komparativt forskningsprojekt i syfte att belysa allmänna betingelser för medieutveckling. Den andra delen berör mina kontakter med universitetet. Den tredje delen avser ICD. Med tanke på att kontaktresan främst avsåg att studera ICD:s utvecklingsmöjligheter är denna del särskilt viktig; den söker också anknyta till det som tagits upp i tidigare delar. I genomgången av ICD har även forskningsassistent Ingela Strids bedömningar vad gäller tekniska frågor så långt möjligt inarbetats. Hennes egen PM finns som bilaga 2.

Vad gäller de beskrivande delarna i fråga om mediasituation mm bygger min redovisning i stor utsträckning på min tidigare publicerade rapport från kontaktresan 1988 (Weibull, 1988).

2. MASSMEDIUTVECKLING I URUGUAY

Den som läser en översikt av det internationella massmediesystemet från 1950-talet finner att Uruguay är ett land med en omfattande dagstidningsutgivning. Förklaringen ansågs vara ett högt

välstånd i förening med ett demokratiskt politiskt system och hög läskunnighet - andelen analfabeter uppskattades till mindre än tio procent (jfr Merrill, 1983:250ff). I själva verket var Uruguay vid denna tid ett ur massmediesynpunkt mycket utvecklat land.

2.1 En ekonomisk och politisk bakgrund

Uruguays byggde upp sitt välstånd på export av biffkött och landet var ytterst välmående fram till slutet av 1950-talet (Ronnås, 1986:18). När uppsvinget efter Koreakriget mattades av och den europeiska gemenskapen började sätta upp tullmurar svängde ekonomin och de ekonomiska problemen i Uruguay inleddes. I och med att överskottet från jordbruksexporten inte investerats i annan verksamhet utan använts till att bygga ut den offentliga sektorn respektive till konsumtion fanns det inget skyddsnät att falla tillbaka på. Ekonomin försämrades kraftigt och 1967 var den samlade produktionen - BNP - lägre än tio år tidigare (Ibid; jfr Gunder Frank, 1979:209ff).

De ekonomiska problemen under 1960-talet ledde också snart till politiska spänningar. De två traditionella partierna Colorado och Nacional (som regel kallat Blanco) hade sina rötter tillbaka vid sekelskiftet. Colorado var ett parti med rötter i städernas medelklass och hade en liberal framtoning, medan Blanco var godsägarnas parti med en mera konservativ profil. Colorado var visserligen under hela tiden i regering och Blanco i opposition, men i praktiken var även Blanco med och 'administrerade' landets välstånd (Grenninger m fl, 1969:229; Lindahl, 1963; Ronnås, 1986:17f).

Under 1960-talets slut började intensifierade vänsterpartier av skilda slag sin verksamhet. Regeringen försökte på olika sätt förbjuda dessa, något som resulterade i en stadsgerilla - Tupamaros - etablerades (Ronnås, 1986:19). År 1971 ställde en vänsterkoalition - Frente Amplio (Breda fronten) - upp i valen som alternativ till de två traditionella partierna. Efter valet tillkom dock undantagslagar och successivt kom militärerna in som landets verkliga makthavare (jfr Palmgren, 1986)..

Det som ofta framhålls vid diskussioner kring de ca tio åren av militärdiktatur i Uruguay är att denna var 'successiv'. Militären både kom till makten och avvecklade sitt formella politiska inflytande stegvis. I motsats till t ex Argentina kan man påstå att de två stora politiska partierna i Uruguay medvetet 'överlämnade' makten till militärerna då de inte längre klarade av politiken - det var inte militären som 'grep makten'. Även avvecklingen skedde genom olika slag av politiska överenskommelser (jfr Ronnås, 1986:22ff; Palmgren, 1986:1f).

Karaktären på de tio årens militärdiktatur har givetvis konsekvenser för det politiska livet idag. Uruguays författning brukar betecknas som demokratisk (Uruguay, 1986:12f). Stats- och regeringschef är Julio Maria Sanguinetti som representerar Colorado-partiet som således kan beskrivas som regeringsparti. Colorado

fick i valet 1984 38 procent av rösterna och Nacional/Blanco 33 procent, medan Frente Amplio nådde 20 procent (ibid). Diskussioner med olika personer i Uruguay visar att det idag är svårt att på ett enkelt sätt karakterisera dimensionerna i partisystemet. Alla partierna har stora, politiskt klart urskiljbara grupperingar. Exempelvis finns det inom Colorado både en populistisk del och en rest av det gamla Coloradopartiet (nära knuten till familjen Batlle); inom Nacional finns det både en traditionellt konservativ grupp och en nyliberal med anknytning till olika näringslivsgrupper; inom breda fronten finns både kommunister, socialdemokrater och kristdemokrater.

Under 1989 har de politiska skillnaderna inom de politiska grupperingarna accentuerats. Inför valet i november 1989 som avser både president, parlament och kommunala församlingar har det förekommit en klar maktkamp mellan olika läger. Inom Colorado har frågan i första hand gällt vilken gruppering inom partiet som skall få nominera partiets presidentkandidat - och därmed den sannolika presidenten för nästa femårsperiod: skall det bli nuvarande vicepresidenten Tarigo eller Jorge Batlle, som anses ligga något till höger? Det finns dock ingen entydlig höger-vänster-dimension inom politiken i Uruguay. Inom Colorado förekommer exempelvis en gruppering (Lista 89) som närmast kan karakteriseras som socialdemokratisk. För ett parti som Colorado är det möjligt att hålla samma trots dessa åsiktsskillnader; däremot har motsvarande diskussioner inom Frente Amplio lett till att fronten under våren 1989 spruckit sönder genom att Kristdemokraterna gått sin egen väg.

För en besökare är det givetvis svårt att få en inblick i hur det politiska systemet fungerar. Uppenbart tycks emellertid vara att Uruguay är ett de politiska partierna organisatoriskt står mycket starkt och på olika sätt präglar samhället i stort. Det finns förhållandevis få andra maktcentra. Ett annat karakteristiskt drag är den stora skillnaden mellan Montevideo och landsorten i Uruguay. Medan Montevideo är en modern storstad med i varje fall en relativ rikedom är landsbygden mycket eftersatt. Politiskt är landsbygden traditionellt Blanco, medan Montevideo är Frente Amplios fäste - närmare 90 procent av frontens röststöd kommer därifrån.

2.2 Dagspressen - ekonomiska problem och politiska band

Det är uppenbart att den politiska utvecklingen har haft effekter även på dagstidningsutgivningen. Även om det saknas exakta uppgifter på tidningsupplagorna finns det andra indikatorer som kan utnyttjas för att belysa tidningsmarknaden i Uruguay. En sådan är tidningspappersanvändningen. Jämförande statistik visar klart att dagstidningsvolymen i mitten av 1950-talet var närmare hälften av den svenska, medan den i slutet av 1970-talet var mindre än tio procent (tabell 1).

I tabell 1 har några jämförbara länder lagts in. Dessa två - Finland och Nya Zeeland - ingår i en komparativ studie av ekonomisk utveckling som f n görs inom Grey's reklambyrå i Montevideo. Man

samlar där in data från dessa två länder i syfte att få en bild av vilka faktorer som inverkar på reklammarknadens utveckling. Avdelningen för masskommunikation har förklarat sig intresserad av att medverka som korresponderande observatör i det aktuella projektet (se vidare avsnitt 2.5).

Tabell 1 Tidningspappersåtgången i fyra utvalda länder 1935-1985
(Kilo per capita)

<u>År</u>	<u>Land</u> Finland	Nya Zeeland	Sverige	Uruguay
1935-39	8,7	21,0	13,8	5,9
1946-50	6,0*	15,0	18,4	6,5
1955	17,6	26,1	23,3	10,6
1960	20,1	30,6	26,1	8,2
1965	24,5	31,6	30,7	8,0
1970	25,3	32,6	42,7	7,2
1975	26,4**	37,4	35,7	4,1
1980	28,7	25,2	38,4	5,9

Anm: *) endast 1950; **) 1977

Källa: Statistisk Årsbok

Ett annat tecken på pressens nedgång är att tidningarna i slutet på 1960-talet blir allt mindre villiga att ange kontrollerade upplagor. Det förefaller rimligt att se detta som uttryck för betydande upplageras inom dagspressen (jfr Kurian, 1985:1105f). Den ekonomiska nedgången i landet är säkerligen en viktig faktor, för att förstå pressutvecklingen. En annan förklaring till den fortsatta nedgången under 1970-talet och början av 1980-talet anses vara censuren under militärdiktaturen. Tidningarnas nyheter blev helt enkelt ointressanta att läsa.

Osäkra upplagesiffror

Bristen på upplagesiffror gör det mycket svårt att bedöma dagspressens styrka i dagens Uruguay och nå jämförbarhet med de mycket detaljerade uppgifter som finns från 1950-talet (jfr Faraone, 1960). En sammanställning (Kurian, 1984:1105) talar om elva dagstidningar med en sammanlagd upplaga på 700.000 exemplar - 250 exemplar per 1000 invånare. Det är allmänt känt siffror av detta

slag är svåra att jämföra mellan olika länder. Siffran för Uruguay torde vara kraftigt överdriven. Det är dock nästan omöjligt att få exakta upplagesiffror. En förklaring till svårigheten att få grepp om nettoupplagan är att alla tidningar i huvudsak är lösnummerförsålda, distribueras av privata agenturer på en stors provisionsbasis. Om man vill prenumerera är det således denna agentur man skall vända sig till, inte till tidningen. Eftersom agenturerna i princip inte får lämna returer så är man försiktig med att beställa exemplar. Detta skapar i sin tur en betydande tröghet i systemet för tidningsspredning.

Även om det inte förekommer några 'officiella' upplagesiffror finns det dock en del siffror som ofta nämns för de största dagstidningarna:

Tidning	Vardag	Söndag
El Pais	15.000	65.000
La Republica	10.000	25.000
El Dia	9.000	35.000

Även om vi utgår från söndagssiffran och utgår från att övriga tidningar tillsammans har minsat en lika stor upplaga kommer vi ändå inte upp till 300.000 ex per dag. Siffrorna är också klart lägre än de senast publicerade som avser situationen i slutet av 1970-talet (Kurian, 1984:1185), då El Pais angavs ha 100.000 ex och El Dia 85.000. I en SIDA-rapport från 1986 anger journalisten Lars Palmgren (1986:21) ca 75.000 exemplar vardera. Om de senare siffrorna är korrekta betyder detta en kraftig nedgång av tidningsförsäljningen också under de senaste åren.

Även om upplagesiffrorna är svårbedömbara finns det emellertid möjlighet att belysa pressens situation genom läsarusundersökningar av olika slag. Ett av de ledande undersökningsinstituterna - Marketing Investigadores Asociados - gör löpande studier av medieanvändningen (se vidare nedan om radio och TV). Dessa studier begränsar sig i praktiken till Montevideo. Siffrorna för dagspressens samlade räckvidd ligger på omkring 20 procent en genomsnittlig dag - den exakta siffran för sommaren 1988/89 var 22 procent. Medelvärde för söndagar är något högre (28%) än för vardagar, vilket är samma tendens som upplagesiffrorna visar. Motsvarande svenska siffror är 80 procent för vardagar och 50 procent för söndagar; den senare siffran är en följd av att relativt få svenska dagstidningar utkommer på söndagar.

Svag läsarmarknad

Vad gäller räckvidden bland allmänheten för enskilda tidningar i Uruguay - eller snarast Montevideo - ligger denna under tio procent; El Pais har 9 procent, kvällstidningen El Diario 5 och El Dia 4 procent. Om vi utifrån bakgrundsuppgifter från Marketing Investigadores Asociados skattar att en procent svarar mot ca 8.000 vuxna personer kan vi beräkna antalet läsare. För att sedan kunna bedöma upplagan måste vi beräkna antalet läsare per exemp-

lar. Ett rimligt antagande är härvidlag tre personer. Denna kalkyl skulle ge en beräknad upplaga på ca 25.000 exemplar för El Pais och ca 10.000 för El Dia.

Tidningarnas svaga ställning på läsarmarknaden betyder givetvis svårigheter på annonsmarknaden. Detta har i sin tur medfört att tidningarna har tvingats att kraftigt öka lösnummerpriserna. Idag kostar en tidning omkring 3,50 i svenska pengar - alltså i huvudsak samma pris som en svensk tidning i ett land där länderna kanske ligger på närmare en tiondel av svenska. På söndagar är lösnummerpriset över 6 kr. De höga priserna är ett sätt att dra in pengar men samtidigt säger drar de ner antalet försålda exemplar. Tidningarna befinner sig således i en knip-tång.

En konsekvens är att nästan alla tidningar har underskott. Detta hindrar dock inte att det startas nya tidningar. Strax före halvårsskiftet 1988 grundades tidningen La Republica. Utgivaren heter Fasano. Denna tillbringade diktaturperioden utomlands, bl a i Mexico. När han kom tillbaka till Uruguay ville ha starta en ny typ av tidning, bl a med förebild från franska Le Monde och italienska La Repubblica. Hans intresse var dessutom att skapa en pluralistisk tidning, som kunde återvinna något av det förtroende från läsarna som tidningarna förlorade under militärdiktaturen. La Republica har lyckats hyggligt på läsarmarknaden, men haft betydande svårigheter i fråga om annonser. Det senare gör tidningens situation osäker.

För att klara sin ekonomiska situation har tidningarna dels varit hänvisade till subventioner, dels tagit upp stora lån. Trots detta har situationen blivit allt svårare. I början av 1989 förde tidningarna fram förslag om ett statligt presstöd av svensk modell som ett sätt lösa de ekonomiska problemen. En annan möjlighet ligger givetvis i att rationalisera driften. Det senare kan exemplifieras av La Republica, vars utgivning bl a möjliggjordes av att hela tidningen (mellan 40 och 60 sidor per dag) exklusive bilder produceras med hjälp av MacIntosh-persondatorer och data-programmet PageMaker.

Stark partipolitisering

En viktig aspekt på dagspressens ställning är dess förhållande till de politiska partierna. De personer jag diskuterade pressfrågor med framhöll regelbundet att det typiska för Uruguay är partipolitiseringsen som dagstidningarna. Både på ledarplats och på nyhetssidor är deras partipolitiska hemvist klar iakttagbar. Kända politiker medverkar ofta som kommentatorer eller skriver osignerade krönikor. El Dia är Colorado-partiets språkrör, medan El Pais är knuten till Nacional/Blanco-partiet. Det finns även en kommunistisk dagstidning - La Hora.

Det är intressant att jämföra graden av partipolitisering i pressen med Sverige. Som regel brukar också det unika med svensk partipolitisk press framhålla i fråga om internationella jämförelser (jfr Hadenius-Weibull, 1986). Enligt min mening finns det härvidlag mycket intressanta paralleller mellan Uruguay och Sverige.

Något tillspetsat kan påstås att pressen i Uruguay har en partipolitisk anknytning av det slag som kännetecknade svensk press under 1950-talet - möjligen något starkare. Journalisterna har ett begränsat manövreringsutrymme och det handlar i betydande utsträckning om 'kommunikéjournalistik'. Parti- och ägaranknytning sitter i tidningarnas väggar (jfr Gabay, 1987).

I Sverige minskade partianknytningen bl a till följd av den ökade professionaliseringen hos journalistkåren, som 'frigjorde' sig från partierna på sina nyhetssidor. Det går att skönja början på en sådan utveckling i Uruguay. La Republica har den klart uttalade linjen att låta journalistiken komma i centrum. Under sitt första år har den presenterat ett material som väckt intensiv debatt. Det senare gällde inte minst då man återgav gerillagruppens version i samband med en ockupation av en militärkasern i Buenos Aires. Utgivaren Fasano kallades upp till den ansvarige ministern. Några ytterligare åtgärder vidtogs dock inte.

Ett annat sätt att markera partipolitisk pluralism i La Republica är tidningens val av kolumnister. På sin forumsida låter man kommentatorer med olika politisk färg skriva regelbundet. Detta är ett helöt nytt grepp i Uruguays press.

En affärstidning

La Republica är inte först med dessa grepp. Mest omtalad är Busqueda, som är ett försök att skapa en uruguayansk Observer. Tidningen startade 1972 som ett månatligt utgivet språkrör för nyliberala ekonomer som såg Milton Friedman som sin förebild. Successivt har tidningen fått veckoutgivning. Sedan nuvarande utgivaren Danielo Arbilla, som också är delägare, tillträdde är man mera nyhetsorienterad än tidigare. Det är omvittnat från många personer att Busqueda är den mest välinformerade tidningen i Uruguay; även de som är kritiska till tidningens redaktionella linje läser den. Tidningens filosofi är att journalsiternas professionalisering måste ökas: det som står på nyhetssidorna skall vara sakligt och relevant och utan partipolitiska vinklar. För att nå dit har han sökt höja redaktionen status genom att betala dubbelt så hög lön som man gör inom dagspressen, bl a för att hindra att journalister extraknacker hos andra.

Det intressanta med Busqueda är att den således företräder en syn som ligger nära oberoende tidningar i Europa och USA. Vidare är det näringslivets tidning - man har mycket affärsnyheter vid sidan av de politiska. Iden är att den som läser Busqueda är att man skall bli korrekt informerad även om man inte gillar det som sägs. I motsats till dagstidningarna ger Busqueda överskott. Detta sammanhänger med att man lyckas på annonsmarknaden - drygt 60 procent av intäkterna kommer från annonsörer. Busqueda konkurrerar inte på massmarknaden i fråga om annonser: flygbolag, banker och datorer bland annonsörerna ger en klar uppfattning om att Busqueda har en köpstark läsekrets.

Busqueda illustrerar en tendens som även gäller dagspressen: tidningsläsning är klart vanligare bland personer i högre socialgrupper (43 procents räckvidd en genomsnittlig dag) än bland dem

i lägre (20 procent), enligt Marketing Investigadores Asociados' studier från 1989. I jämförelse med europeiska siffror är kanske det mest intressanta att andelen tidningsläsning är så pass låg även i högre socialgrupper; även i de europeiska länder där tidningsläsningen totalt sett är låg är andelen läsare i högre samhällsklasser som regel på samma nivå som i läser med omfattande dagstidningsläsning.

Det förefaller inte orimligt att se de relativt sett lägre siffrorna för dagspressläsning i Uruguay som en följd av en relativt omfattande tidskriftsläsning. Vid sidan av Busqueda finns en rad, ofta partipolitiska, veckoutgivna tidskrifter. De största är Brecha, La Democracia och Aqui (jfr Palmgren, 1986:21). Eftersom dessa tidskrifter inte är särskilt intressanta på annonsmarknaden förekommer de inte i de tidigare redovisade läsarusundersökningarna och kan således inte jämföras med dagspressen vad gäller spridningsmönster.

Till bilden hör att det sprids ett inte obetydligt dagstidningar från Buenos Aires i Uruguay. De argentinska tidningarna har både en större volym och ett journalistiskt konkurrenskraftigt innehåll och kan därför nå inte obetydliga upplagor (jfr Palmgren, 1986:16).

De redovisade intrycken av pressen i Uruguay visar på att det finns mycket stora skillnader mellan olika slags tidningar. De spännande utvecklingstendenserna tycks överlag finnas in om den icke-dagliga pressen. Men diskussionerna med dagspressen visar samtidigt att det också där finns en strävan till oberoende journalistik. Totalt sett är dock dagspressens ställning mycket svag.

2.3 Lågprisradio och importerad TV

Medan dagspressen står relativt svag bland allmänheten i Uruguay har både radio och TV en stark ställning. Den genomsnittliga veckoräckvidden - andelen som tagit del av minst något av ett visst medium under de senaste sju dagarna - är för dagspress 50, för radio 70 och för TV 95 procent, enligt uppgifter från Marketing Investigadores Asociados. Det senare företaget genomför kontinuerliga undersökningar av särskilt lyssnande och tittande. Man drar ett urval på 200 hushåll i Montevideo. Varje person i hushållet får markera sin mediekonsumtion för en vecka. Varje dag kommer en person från undersökningsföretaget och hämtar gårdagens ifyllda formulär. Denna person innebär även en regelbunden påminnelse om undersökningen, vilket medför att man får en mycket hög svarsfrekvens (95 procent) och noggrant ifyllda formulär.

Publikundersökningar

Tillförlitligheten i radio- och TV-mätningarna är svår att bedöma. Intrycket är att undersökningarna fungerar väl, men det finns en viss osäkerhet vad gäller populationen; man frågar sig om man verkligen har även de fattigaste bostadsområdena inkluderade. Själva frågeformuläret (bilaga 3) förefaller dock lättadminist-

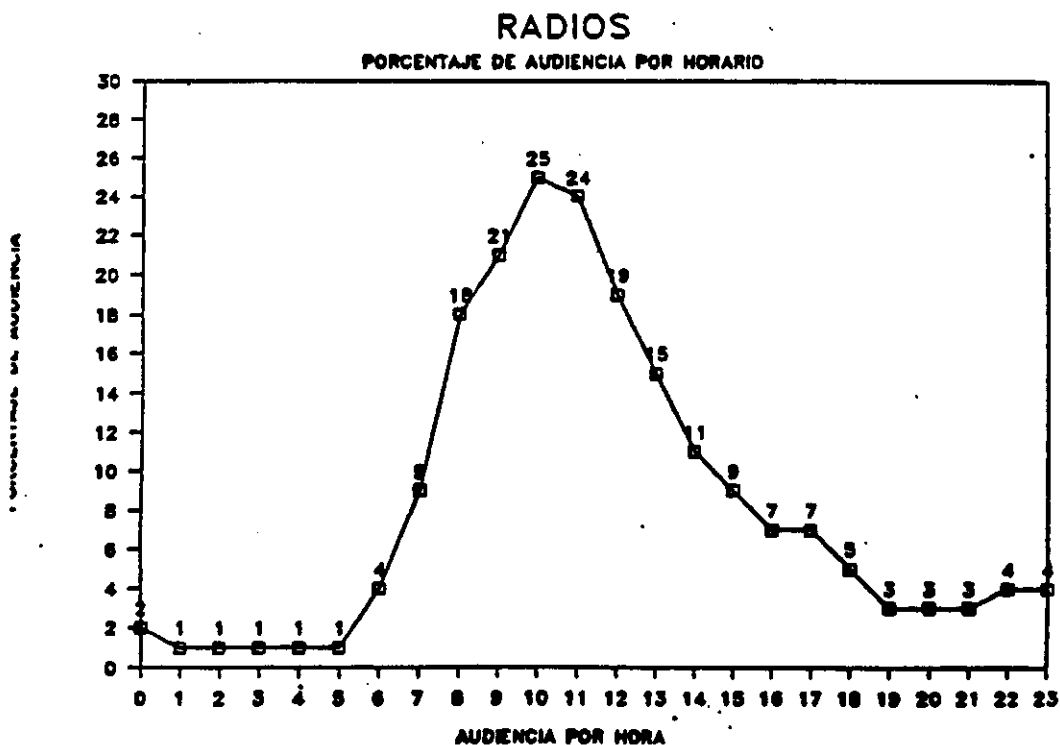
rerat. Det bör dock understyrkas att undersökningen endast avser Montevideo och inte landsorten i Uruguay. Fr o m 1986 finns alla siffror i en databas. Denna representerar ca 10.000 hushåll (ca 35.000 personers uppgifter) per år. Marketing Investigadores Asociados sade sig vara beredd att ställa detta material till förfogande för forskning om mediernas roll i Uruguay.

Marketing Investigadores Asociados är ett av två undersökningsföretag i Montevideo. Båda arbetar i huvudsak med samma metodik. Intressant är att det i Uruguay pågår lyssnar- och tittarundersökningar i en långt större utsträckning än vad fallet är i Sverige. Förklaringen ligger givetvis i reklammarknadens behov. Mer än 80 procent av reklamutgifterna faller på TV och reklamköparna följer ytterst noggrant publikutvecklingen för enskilda kanaler. Från undersökningshåll framhölls dock att siffrorna i sig ändå spelar en underordnad roll i reklamköpen; personliga kontakter, rabatter och tradition är ofta betydligt viktigare.

Radiostationer i mängd

Marketing Investigadores Asociados radiomätning omfattar 26 radiostationer. Mindre än tio av dessa når över en procent av allmänheten en genomsnittlig förmiddag - den mest attraktiva sändningstiden; i likhet med situationen i de flesta länder ligger ljudradios s k prime time i Uruguay på morgonen (figur 1). Det

Figur 1 Andelen ljudradiolyssnare vid olika tider på dagen: Montevideo januari 1989 (procent)



Källa: Marketing Investigadores Asociados (1989)

intressanta med Uruguay i jämförelse med exempelvis Sverige är att lyssnandet är mera koncentrerat. De karakteristiska toppen på morgonen är visserligen densamma; i Uruguay är denna dock helt dominerande. På eftermiddagen faller lyssnande kraftigt, troligen i konkurrens med TV (jfr figur 2). Vad gäller morgonlyssnandet ligger detta i Uruguay något litet senare än i Sverige: i Uruguay tycks man både gå upp och gå till sängs senare än i Sverige (jfr figur 2 om TV-tittandet).

Av radiostationerna i Montevideo sänder 17 på AM och 9 på FM. De sju mest populära stationerna är Radio Montecarlo, Radio Sarandi, Radio Oriental, Radio Carve, Radio El Tiempo, La Radio och Radio Panamericana. Samtliga dessa sänder på AM. Deras publikandel kan utläsas av följande tabell 2. Tabellen visar nederst hur stor andel av allmänheten som inom ett visst tidsintervall lyssnar på minst en radiostation, t ex att 19 procent gör detta mellan kl 6 och 12. Siffrorna för de sju populäraste stationerna är räknade av dem som lyssnar. Det hör till bilden att de flesta håller sig till en station. Att siffrorna inte summerar till 100 procent beror att övriga lyssnare sprider sig på de andra 19 radiostationerna.

Tabell 2 Andelen radiolyssnare på vardagar i Montevideo, januari 1989 (procent)

Station	Tid på dagen - andel av dem som lyssnar			
	kl 6-12	kl 12-18	kl 18-24	kl 0-6
Montecarlo	30	18	19	50
Sarandi	8	4	3	8
Oriental	6	5	8	*
Carve	6	5	8	8
El Tiempo	6	5	8	*
La Radio	6	10	5	17
Panamericana	6	5	5	*
Total andel lyssnare inom tidsintervallet	19%	13%	4%	1%

Anm: * = sänder ej på natten

Källa: Marketing Investigadores Asociados

Den dominerande radiostationen är Montecarlo, som har störst publikandel inom alla tidsintervall. Stationen är i första hand inriktad på musik och nyheter och är, jämfört med Sverige, en blandning av P3 och Radio Stockholm. Övriga stationer är relativt små vad gäller publik. Det typiska mönstret tycks av lyssnarstudierna att döma vara att varje station har sin särskilda publik. Lyssnandet är socio-ekonomiskt strukturerat. Exempelvis når Montecarlo nästan 15 procent av dem i lägre socialgrupper en

vanlig vardagförmiddag, men bara 2 procent av dem i högre. I de senare är däremot Sarandi den mest avlyssnade stationen. Ungdomarna är relativt sett mera inriktade på FM-stationerna.

Fragmenterat lyssnande

Det vi ser är ett helt fragmenterat radiolyssande, där olika grupper har sin radio. Flera av de små stationerna har inte mer än 2000 personer som lyssnar på en morgonsändning; den största har knappt 65000. Fragmenteringen i lyssandet motsvaras av en klar profilering i radiostationernas utbud; också i fråga om radio finns det flera klara politiska skiljelinjer. Exempelvis har den förutvarande stadsgerillan Tupamaros har idag en radiostation. Radiolyssandet i Uruguay illustrerar väl vad som händer då en marknad ökar i volym: publiken prioriterar hårdare än tidigare och väljer det som bäst tillfredsställer deras intressen (jfr Strid-Weibull, 1988) och medierna förlorar sin karaktär som massmedier (jfr Roe, 1987).

Det allmänna intrycket var att de flesta radiostationer också organisatoriskt är ytterst små. Endast fem eller sex kan sägas ha någon mer omfattande programverksamhet. Detta är i huvudsak de som finns redovisade i tabell 2. Övriga erbjuder mest musik och reklam. Radion är ett lågprismedium som i allmänhet arbetar med mycket liten personal. Det är dock uppenbart att radiomediet totalt sett har stor genomslagskraft, inte minst på annonsmarknaden. Genom fragmenteringen kommer radion att vara ett bra reklammedium för den som vill nå bestämda målgrupper. De flesta stationer arbetar både med sponsring och med annonser. Normalt är den renodlade reklamen nio minuter per timma (Radio Sarandi), dvs 15 procent av tiden

Radion i Uruguay har en historia som sträcker sig tillbaka till 1930. Vid denna tid var Uruguay ett välståndsland och radion fick snabb spridning. En förklaring till det stora analet stationer var att man redan från början öppnade för vem som ville sända. När möjligheterna att sända TV kom omkring 1960-talet var det också de bolag som hade rättigheter att sända radio som fick rätten till TV: Carve startade Canal 10, Montecarlo Canal 4 och Panamericana Canal 12 (jfr Faraone, 1969).

Introduktionen av TV skapade en ny situation för radio. Olika stationer valde olika profiler. Som tidigare nämnts utvecklades Montecarlo till en melodi- och nyhetsradio av svensk P3-typ, medan Sarandi utvecklade en kulturprofil som närmast motsvarar P1. Intressant är att dessa två kanaler också uppvisar en publikprofil som har stora likheter med P3:s respektive P1:s. Det är emellertid tveksamt om dessa profiler skall ses som 'ett svar på TV' på det sätt som det framfördes av Sarandis chef vid mitt besök. Snarast ligger det i linje med vad som tidigare sagts beträffande radiomediets fragmentering.

Även om TV kom att bli en konkurrent till ljudradion om människors tid måste framhållas att det härvidlag finns klara skillnader mellan Montevideo och landsorten. Det har tagit mycket lång tid att bygga ut TV på mindre orter och många områden täcks fort-

farande inte av TV-sändningar. Det är därför rimligt att påstå att radion utanför Montevideo-regionen är det stora mediet.

TV-mediets dominans

Men i Montevideo är TV det stora mediet. Fyra TV-stationer konkurrerar i etern: tre privata och en statlig. Ägarkoncentrationen på etermedieområdet är stark. De som kontrollerar de tre privata TV-stationerna äger också de sex viktigaste radiostationerna, något som således har historiska förklaringar.

Beträffande de tre privata TV-stationerna gäller att dessa länge samarbetade inom vad som närmast skulle kunna kallas en kartell. Man hade samordnat sina aktiviteter och bl a inte konkurrerat om inköp av utländska program. Enligt uppgift hade man sökt 'dela tittarmarknaden mellan sig'. År 1987 bröts samarbetet och konkurrensen mellan stationerna är numera mycket intensiv. Inte minst i påannonseringen av de egna programmen är uttryck för en aggressiv marknadsföring.

De fyra TV-stationerna har små resurser till annan egen produktion än nyheter (se nedan). Av en total sändningstid på mellan 30 och 40 timmar i veckan (exkl nyheter) ligger den egna programproduktionen på mellan tre och fem timmar. Alltså är närmare 90 procent av programmen importerade. Vad gäller spelfilm är det USA och Argentina de stora ursprungsländerna, ifråga om TV-program är det nästan bara Argentina. Överhuvudtaget spelar Buenos Aires (ca 300 km från Montevideo) en avgörande roll som underhållningshuvudstad i södra Latinamerika; man försörjer också Chile och Paraguay med TV-program. Till detta kommer att TV-stationerna i Uruguay är beroende av Argentina även i fråga om import av icke-spanskspråkiga program; eftersom man inte har råd att dubba program själv måste man dela den kostnaden med TV-stationer i Argentina.

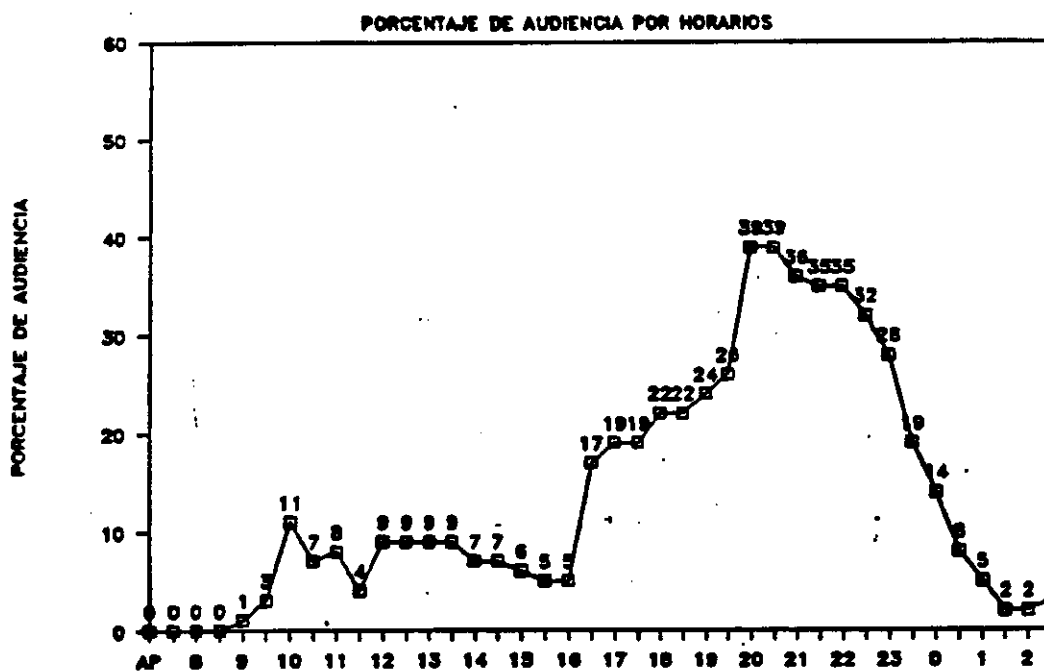
En förklaring till Argentinas stora roll menar man vara att Montevideo och Buenos Aires ligger i samma kulturområde (Rio de la Plata-bäckenet): det är större kulturskillnad mellan Buenos Aires och södra respektive norra Argentina än mellan Buenos Aires och Montevideo. Man kan t o m sända underhållnings- och studio-program från Argentina nästan som om de vore nationella program: kända artister i Argentina är kända och idoler även i Uruguay.

Den statliga kanalen uppvisade i huvudsak samma mönster som de privata. Den är dock organiserad på ett originellt sätt. Statlig radio startade 1929 efter europeisk förebild och för detta ändamål skapades SODRE - Servicio Oficial de Difusion Radio Electrica. Successivt byggdes SODRE ut och blev samlingsnamnet för all statlig kulturverksamhet i Uruguay. Man ordnar konserter, teater, konstatstälningar mm. När TV blev tekniskt möjligt beslöts 1958 att SODRE skulle sända TV. Av olika skäl kom sändningarna inte igång förrän 1963.

SODRE-TV (Canal 5) karaktäriserar sig som en public-service-kanal av europeiskt snitt. Det är en kanal som också har kulturansvar. Vid mitt besök i Uruguay 1988 menade direktören för SODRE-TV att

just detta skapar en helt omöjlig ekonomisk situation för kanalen. Av kulturpolitiska skäl skall den statliga televisionen finansiera bl a en symfoniorkester, vilket inte är möjligt inom ramen dagens medelstillsdelning - om man också vill sända TV med konkurrenskraftig kvalitet; dessutom skapar trögheten i det statliga systemet i sig svårigheter i konkurrensen med de privata kanalerna (se vidare nedan).

Figur 2 TV-tittande vid olika tider på dagen i Montevideo, januari 1989 (procent)



Källa: Marketing Investigadores Asociados 1989

Liksom radion är TV beroende av reklam. Den statliga kanalen har dock även statsbidrag. Vad man kan ta ut i reklam är beroende av publikstorleken. Den uppgavs dock att det genomsnittliga priset för en minuts TV-reklam i intervallet kl 19-21 var något över 1000\$. Detta är också TV:s prime time (figur 2), då publiken är som störst. De privata TV-kanalerna anses vara tämligen lönsamma. Publikgenomsnittet för de mest populära programmen under veckan i de tre privata kanalerna är för Canal 4 12 procent, Canal 10 17 procent och Canal 12 20 procent. Canal 12 är således den station som f n går publikmässigt bäst. SODRE:s Canal 5 har en betydligt svagare med en publikandel på endast 5 procent i snitt på de tre mest populära programmen.

Den svaga ställningen för Canal 5 reflekterar de problem man talade om 1988 och som snarast accentuerats fram till 1989. Den försvagade publikunderlaget och den försämrade ekonomin genom otillräckliga anslag har tagit sig uttryck i att man måste köpa in mer och mer billiga program. Från början tog sig kulturansvaret uttryck i att 100 procent av TV-utbudet var egenproducerat (1967). Idag ligger man på ca 80 procent inköpta program. Till

detta kommer program från Europa som Sodre erhåller nästa gratis. Nyligen har Canal 5 också måste vidta den anmärkningsvärda åtgärden att man 'säljer ut' vissa program, t ex nyheter och sport; man låter privata företag arrendera dessa programtyper mot att de får ta in annonsintäkterna. De programproducerande företagen kan sedan i sin tur låta en sponsor betala. Exempelvis betalades sportprogrammen i februari av ett känt whisky-märke. En whisky-flaska fanns med på borde både vid telegramläsning och vid intervjuer med idrottsmän.

Nyheterens publik

Vad gäller nyheterna i TV återkom delvis samma bild som i fråga om dagspressen. Någon självständig journalistisk bevakning var svår att återfinna. Kritiker betecknar TV-journalister som 'mikrofonhållare'. Dessutom var inslagen med politiker och organisationsföreträdare långa. Nyheterna har blandade tittarsiffror. I tablån nedan kan utläsas per kanal nyheternas publikandel och vilken rang de har i fråga om publikmässigt mest populära program inom respektive TV-kanal:

Canal 4	Canal 10	Canal 12
Telenoche 4 14% (1)	Subrayado 11% (5)	Telemundo 12 19% (2)

Även här har Canal 12 de högsta siffrorna. Nyheterna i Canal 4 förefaller mera attraktiva än vad kanalen är i övrigt. För den statliga Canal 5 är andelen för den första nyhetssändningen som går tidig eftermiddag 8 procent, medan den nyhetssändning som går i konkurrens med andra program senare på kvällen har mindre än en procent.

Överlag ligger TV-tittandet inte särskilt högt. Genomsnittet för en vardagkväll ligger på drygt 40 procent. I Sverige skulle motsvarande siffra vara ca 65 procent. Det förefaller rimligt att anta att TV-nyheterna inte har samma dragningskraft som de har i Sverige. Parallellt med den svaga nyhetsintresse i fråga om uruguayansk dagspress förefaller närliggande. Samtidigt anser de privata kanalerna - i motsats till den statliga - att TV är 'good business'. De intervjuer som jag gjorde i februari 1989 visar på tendenser till en motsvarande professionalisering hos TV som observerats i dagspressen. Professionaliseringen i TV tycks emellertid ändå främst vara en fråga om formen - presentation och tempo - och mindre beröra innehållet.

2.4 Nyhetsförmedling: ingen nationell nyhetsbyrå

Uruguay saknar en nationell, 'officiell' nyhetsbyrå. Den finns en del avgränsade nyhetstjänster och vad gäller politiska nyheter är den information som lämnas av regeringens informationstjänst särskilt viktig för de nationella nyheterna. Internationella nyheter förmedlas, som ovan nämnts, via ANSA, AP och Efe. Även IPS har ett kontor i Montevideo. För TV kommer nyheter via satellitöver-

föring från bl a Visnews, OTI (Madrid) och RTF (Paris); de senare i viss samverkan med Eurovisionens nyhetsutbyte.

Bristen på en nationell nyhetsbyrå torde i första hand ha effekter på nyhetsförmedlingen inom Uruguay. De stora medierna i Montevideo har i stort sett möjligheter att själva klara sina bevakningsuppgifter; problemen gäller de mindre medierna i landsorten. Under mitt besök hade jag möjlighet att ta del av statistik som illustrerar detta. Denna omfattade ett antal medier i landsorten - 20 radio-TV-stationer och 10 lokala tidningar. Undersökningen har genomförts av Instituto 'Labor', ett utredningsinstitut som i huvudsak betjänar småföretag, som underlag för bedömningar av ett projekt med syfte att starta en nationell nyhetsbyrå i Uruguay. Det senare har arbetsnamnet Urunet.

Några tendenser i landsorten

Givetvis är underlaget alltför begränsat för att tillåta några mera långtgående slutsatser och undersökningens kvalitet är något svår att värdera. Några tendenser tycks dock ändå kunna utläsas:

- * huvudelen av den information som används av de lokala medier är hämtat från andra tidningar. Relativt många medier har dock även 'egna korrespondenter', vilket dock torde gälla nyheter om vad som händer i det egna bevakningsområdet.
- * huvuddelen av de lokala dagstidningarna uppger sig publicera det material de får in i stort sett som det är; radio-TV säger sig sända efter viss redigering. Det senare torde mera ha att göra med att mediets teknik kräver omskrivning av vad tagit från tidningar. Slutsatsen i båda fallen är att de lokala medierna är beroende av andra medier.
- * tillfredsställelsen med befintligt nyhetsmaterial är blandad men resultatet från studien är inte lättolkat:

<u>Bedömning:</u>	<u>Radio-TV</u>	<u>Lokalpress</u>
Mycket tillfredsställande	11%	13%
Tillfredsställande	44%	39%
Föga tillfredsställande	29%	33%
Otillfredsställande	16%	15%

Problemet i tolkningen ligger främst i hur svarsalternativet 'tillfredsställande' (satisfactorio) skall värderas. I Sverige skulle utfallet troligen betraktas som uttryck för relativt stort missnöje, eftersom tillfredsställande är ett så vagt ord. I Uruguay kan situationen vara en annan. Klart är dock att det finns en relativt stor grupp missnöjda medier.

- * På frågan om man anser att det finns en centralisering av informationen till Montevideo säger mer än 3/4 av lokalmedierna att så är fallet. Andelen är den samma såväl för radio-TV som för lokalpressen.

- * De ämnesområden som mest eftersfrågas av lokalmedierna är för radio-TV: Jordbruksinformation (75%), nationell ekonomi, nationell politik, myndighetsåtgärder och kultur- och utbildningsfrågor i landsorten (samtliga 65%). För den lokala pressen är det kultur- och utbildningsfrågor i landsorten (78%), miljöfrågor, nationell politik samt vetenskap och teknik (samtliga drygt 65%).
- * På frågan om hur man helst vill motta en eventuell informationservice visar sig 'buss-post' vara det som föredras, alltså att materialet sänds över natt med landsvägsbuss. Detta gäller för ca 70 procent av radio-TV och nästan 80 procent av lokaltidningarna. Telex eller telefax ligger under tio procent. Detta illustrerar den dåliga infrastrukturen hos landsortsmedierna i Uruguay.

Nyhetsbyrå planeras

Under 1988/89 pågår det planering av en nyhetstjänst som särskilt skall ägna sig att sprida nyheter till landsbygden. Bakom detta projekt som har arbetsnamnet Urunet står en grupp journalister i Montevideo. Man har sökt pengar till projektet bl a från SIDA.

Tanken bakom Urunet är att man skall kunna skapa en nyhetstjänst som på sikt blir självfinansierande. Detta förutsätts ske genom att bl a företagskunder skall betala mera för specialtjänster, medan servicen landsortsmedierna på överskådlig tid inte ens anses kunna bära sina kostnader.

2.5 Sverige och Uruguay: några projektidéer

Anledningen till att översikten av massmediesituationen i Uruguay givits ett relativt stort utrymme är tvåfaldig: dels anges de allmänna förutsättningarna för verksamheten inom ett institut som ICD, dels påvisas fruktbara möjligheter till komparativ forskning om massmedieutveckling. Jag skall här kort beröra det senare, medan ICD:s verksamhet beskrivs i kapitel 4.

Det intressanta med Uruguay's mediesituation är att den i flera avseenden har klara beröringspunkter med den svenska. Vad gäller dagspressen har denna i Uruguay en karaktär som i hög grad liknar 1950-talets situation i Sverige: det finns starka band mellan partier och tidningar och det redaktionella arbetet präglas mera av politiska än journalistiska hänsyn. Samtidigt finns det tendenser till en ökande professionalisering bland journalister av det slag som uppträdde i Sverige i början av 1960-talet. Ett annat spännande drag hos dagspressen är att denna stod mycket stark i Uruguay på 1950-talet (jfr Faraone, 1960, 1969) för att sedan tappa terräng och idag uppvisa betydande svagheter.

Vad bestämmer mediers utveckling?

Frågan är då vad som påverkat dagspressens utveckling - och hur den marknadsmässiga utvecklingen hänger samman med den innehålls-

mässiga. Är det den försämrade ekonomiska situationen som varit den avgörande faktorn? Vilken roll har militärdikaturen spelat? Och är bristen på professionalisering att se som en orsak eller som en följd av utvecklingen på tidningsmarknaden? Svaret på sådana frågor skulle belysa centrala problem vad gäller förhållandet mellan samhälls- och medieutveckling. På flera punkter finns det dessutom goda möjligheter till jämförande analyser med Sverige (jfr Palmgren, 1986:22; Hadenius, 1982).

Ytterligare en faktor som är viktig för att belysa dagspressens utveckling men som givetvis är intressant i sig är etermediernas framväxt. Detta gäller både konkurrensen om allmänhetens medieintresse och förhållandet på reklammarknaden. Genom att dagspressen är svag och televisionen relativt stark bland allmänheten är det spännande att ställa frågor om de olika mediernas funktioner. Inom västeuropeisk massmedieforskning har det utvecklats teoretiska föreställningar om mediers funktioner (jfr Roe-Weibull, 1989 och Weibull, 1988). Dessa bygger dock på att dessa medier är tämligen jämnstarka. Frågan är då vad en sådan snedfördelning som finns i Uruguay betyder för mediernas sätt att fungera. Var kommer reklamen in i detta sammanhang?

En kompletterande frågeställning gäller den starkt fragmenterade ljudradion. I Sverige finns en motsvarande utveckling på väg genom lokalradions P4 och närradions kraftiga expansion (jfr Strid-Weibull, 1988 och Hadenius-Weibull, 1989). Men vad sker det vid en så kraftig fragmentering som i Montevideo?

De redovisade ideerna handlar i stor utsträckning om mediers sätt att fungera på en marknad. Ett annat slags frågor är de som tar sikte på innehållet. Det har nämnts att Uruguay kanske i mindre utsträckning än väntat är beroende av USA. Istället befinner sig landet under kulturellt inflytande från Argentina inom den södra konen. Vad betyder detta för journalistisk och nyhetsförmedling? Och hur ser världsbilden ut i övrigt, t ex vad gäller Europa?

Och ett stort kunskapsbehov

Många av de frågor som naturligt uppkommer när man med svenska ögon granskar utvecklingen i Uruguay har bäring på centrala problemområden inom massmedieforskning. Ett komparativt projekt borde kunna ge mycket av intresse för båda berörda länder. Materialmässigt finns redan en riklig beredskap. Äldre studier från Uruguay finns att tillgå (t ex Faraone, 1960), ett omfattande datamaterial vad gäller mediepublik är tillgängligt hos Marketing Investigadores Asociados och ett komparativt projekt pågår redan inom Grey-Uruguay. Avdelningen för masskommunikation bedriver redan forskning inom området och ser detta som en intressant möjlighet att fördjupa sitt arbete.

Men situationen i Uruguay aktualiserar inte bara behovet av komparativ medieforskning. Den visar i ännu större utsträckning på behov av ytterligare kunskaper om hur systemet fungerar. Flertal människor saknar kontakter med kvalificerade informationsmedier och är hänvisade till reklamdominerade etermedier, som domi-

neras av några få stora ägargrupper. I denna situation måste det vara av mycket stor betydelse för utvecklingen av landet att berörda grupper, t ex organisationslivet, får ökad kunskap om kommunikation och medier. Det är mot denna bakgrund man skall se verksamheten vid ICD, men också den utbildnings- och forskningsverksamhet som bedrivs vid de två universiteterna i Montevideo.

3. AKADEMISK UTBILDNING OCH FORSKNING

Även om mina besök i Uruguay huvudsakligen avsett massmedier och mediestudier samt varit knutna till ICD har jag varit angelägen att även få en bild av akademisk utbildning och forskning inom området information, kommunikation och massmedia. Eftersom ett av ICD:s syften är att genom sin verksamhet komplettera och tillämpa det som sker inom den akademiska världen är det givetvis viktigt att få en bild av vad som sker på universitetssidan.

Det finns idag två universitet i Montevideo. Universidad de la Republica är det statliga universitet, som är det helt dominerande. Det privata Universidad Catolica Damaso Antonio Larranaga, är mycket litet och förhållandevis nytt. Just inom området medier och kommunikation är skillnaderna dock mindre. Även om Republica kvantitativt, både vad gäller lärare och studenter, spelar en betydligt viktigare roll har Catolica genom sin inriktning på mera tillämpad utbildning kommit att få en ökad betydelse.

3.1. Comunicacion Social, Universidad de la Republica

Departamento de Comunicacion Social bedriver allmän kommunikationsutbildning. Utbildningen är 5 år och leder fram till en s k licenciatura. Första delen (två år) av utbildningen är sammanhållen, medan man i den andra (de två sista åren) kan inrikta sig mot olika delområden: journalistik i press, radio, TV och film; utbildningskommunikation, särskilt vidareutbildning och organisationer; estetisk kommunikation, bl a TV-produktion och underhållning; samt reklam och PR. I båda dessa första steg är det en blandning av teori och tillämpning (produktion). Utbildningen avslutas med ett projektår. Här gäller det framför allt att skriva en uppsats under handledning.

Utbildningen är dock tämligen ny (start 1984) och den första kullen studenter har ännu inte gått igenom utbildningen. Social kommunikation som ämne har mött en studerandetillströmning långt större än man ursprungligen räknat med. Man har f n mer än 1000 studenter i systemet och har 200 per årsgrupp. Det talas om en 'massifiering' av undervisningen. Tillströmningen har framför allt inneburit stora problem med de praktiska-tekniska momentens kvalitet; bristen på lärare och utrustning har gjort det omöjligt att genomföra de tillämpningsalternativ som man planerat. Från utbildningsledningen är man i och för sig glad åt det stora intresset för ämnesområdet, men menar att man på sikt kommer att få betydande svårigheter med genomströmningen.

En särskild komplikation är att ämnets organisation som 'Departamento' alldeles nyligen etablerats - våren 1988. Då bröts Communication Social ut som egen institutionen. Tv är prefekten en ekonom, som valts p g a sina administrativa erfarenheter. Kommunikationslärarna har f n en mycket stor arbetsbörda bl a genom att de haft ett ansvar för att sucessivt utveckla den nya 'utbildningslinjen'.

Ämnesmässigt rekrytera Communication Social sina lärare från sociologi, psykologi, ekonomi och litteraturvetenskap. Inom både teoretiska och praktiska moment arbetar också praktiker, främst journalister, som lärare. Det är ett allmänt intryck att ämnet är på väg mot en ökad ämnesidentitet genom att de yngre lärare mera betraktar sig som 'kommunikationslärare' än som lärare från 'andra ämnen'. Det finns härvidlag stora likheter med utvecklingen av kommunikationsämnet i Sverige.

Utbildning mellan teori och praktik

Ämnesinnehållet i Communication Social utgår från medierna men har en vidare innebörd. Man försöker att se medierna som en del av en sociokulturell miljö. Medier är bestämda kulturformer som successivt vuxit fram. Kärnan i ämnet är frågor om hur dessa kulturformer fungerar.

Ett av de stora problemen i utbildningen är avvägningen mellan teoretiska och praktiska inslag. Problemet är mycket likartat med vad vi arbetat med inom svensk informations- och journalistutbildning (jfr Lindahl m fl, 1986). Mot denna bakgrund hade Communication Social och ICD anordnat ett gemensamt heldagsseminarium för att möjliggöra ett erfarenhetsutbyte mellan Uruguay och Sverige. Seminariet (se bilaga 4) inleddes med att jag gav en utförlig översikt av tankarna bakom den svenska utbildningsmodellen. Särskilt fokuserades på i vilken utsträckning tillämpningsmoment skall ingå i utbildningen eller ej respektive hur en eventuell praktik skall utformas.

I seminariet deltog i stort sett alla de ansvariga inom Communication Social. Prefekten Alberto Tisnes, studierektorn Jorge Luis Ornstein och huvudelen av lärarna. Den stora debattfrågan inom utbildningen, både i Sverige och Uruguay, är i vad mån utbildningen skall vara inriktad på ett bestämt yrkesområde eller ej. Man frågade sig om utbildningen skall vara 'formativ' eller 'informativ'. Det är argumentationen från de svenska linjeutbildningarna som känns igen. Den dominerande uppfattningen bland lärarkåren på Universidad de la Republica är att man mera vill ha en ämnes- än en yrkesinriktad utbildning, men att man samtidigt känner studerandetrycket för mera yrkesinslag. Som jag uppfattar utbildningsgången är den inte olika de lokala informationslinjerna i Sverige, men med den stora skillnaden att den inkluderar även journalistik och reklam.

Diskussionen visade klart att det finns en närmast 'kontinental-europeisk' utbildningsideologi - det teoretiska ämnesinnehållet står i centrum - i Communication Social. Det är intresset att nu

försöka yrkesinriktad utbildningen efter samhällets behov som skapar debatt. Debatten är inte heller obekant i Sverige: det är på många sätt samma diskussion som fördes under slutet av 1970-talet och som nyligen återkommit i fråga om utbildningslinjernas ställning. För utbildningen i medier och kommunikation i Göteborg har kontakten med debatten hos Comunicacion Social i Uruguay verkat mycket stimulerande. Det finns därför ett klart intresse att utveckla och fördjupa samarbetet med verksamheten där.

Seminarier, som för övrigt var en möjlighet också för lärarna i Social kommunikation att träffas och utbyta erfarenheter, var enligt min mening ytterst fruktbart. Genom att likheterna med den svenska debatten var så pass stora fanns det goda möjligheter att tämligen konkret diskutera utbildningsmål, kursuppläggning och undervisningsmoment. Slutsatsen var att det fanns en bra plattform för ett mera utvecklat samarbete mellan Comunicacion Social och utbildning i medier och kommunikation vid Göteborgs universitet. Ett första samarbetsprojekt skulle vara att försöka beskriva målen med utbildningarna och särskilt relatera dessa till skillnaderna i social struktur mellan Sverige och Uruguay. Om man kunde ta fram ett svenskt och ett uruguayanskt underlag borde man på grundval av detta kunna anordna ett gemensamt seminarium. Nästa steg skulle vara att se närmare på relevansen hos olika slags tillämpningsmoment med hänsyn till dessa mål.

Sammanfattningsvis kan i första hand två problemområden av gemensamt intresse för Masskommunikation i Göteborg och Social kommunikation i Montevideo urskiljas:

- * målet för en utbildning i kommunikation. I detta ligger bl a frågor om yrkesroller: vilken typ av yrkesroller ser man framför sig i utbildningsplanen? Vilken typ av fördjupningar skall erbjudas? Hur skall inom ramen för en och samma utbildning kunna hanteras studerande med olika yrkesförväntningar - har detta några konsekvenser för uppläggnings- och utbildningsgången?
- * integration av teoretiska och praktiska moment i utbildningen. Detta gäller egentligen tre olika frågor. Den första handlar om i vilken utsträckning det behövs teknisk träning och den andra i vad mån den behöver vara lärarledd; den tredje gäller ordningsföljden i utbildningen - skall det vara praktik i början eller i slutet? - och praktikens roll i eventuell påbyggnadsutbildning.

Formerna för ett fortsatt samarbete måste diskuteras ytterligare. En möjlighet som nämnts i det föregående skulle vara ett seminarium där man på grundval av skriftliga presentationer kunde diskutera innehåll och inriktning i utbildningen. Ett utbyte av lärare kunde vara ett annat sätt att vidga kontaktytorna. I det senare fallet finns dock vissa restriktioner. Endast ett fåtal av lärarna i Comunicacion Social talar engelska flytande, liksom endast ett fåtal av masskommunikationslärarna i Göteborg behärskar spanska.

Sammanfattningsvis gäller dock att Universidad de la Republica

var mycket positivt till ökat samarbete samt att det finns ett stort antal frågor av gemensamt intresse. Det synes därför värdefullt att dessa kontakter kan fortsätta.

3.2 Det katolska universitetet

Sedan 1980 har Montevideo också ett katolskt universitet - Universidad Catolica Damaso Antonio Larranaga. Detta universitet är som helhet mycket litet i förhållande till Republica, men en av de utbildningar man satsat på är just Comunicacion Social.

På det katolska universitetet kostar det ca 100\$ per månad att studera. I Uruguay betyder detta att det endast kan bli en ytterst begränsad del av befolkningen som har möjlighet att sända sina barn dit - man räknar grovt med ca 1/6 (500.000 personer av 3 miljoner anses vara 'välbärgade', medan 750.000 anses vara 'mycket fattiga'). Det finns dock ett antal stipendier tillgängliga för studenterna vid det katolska universitetet.

Under mitt besök hade jag också möjlighet att diskutera även det katolska universitetets utbildning och träffade prefekten Maria del Carmen Rico de Sotelo. Hon har sin utbildning från Universidad de la Republica. De flesta av lärarna kommer också från Republica eller har undervisning på båda utbildningarna.

Huvudintrycket av diskussionen på det katolska universitetet var att studierna var mycket välorganiserade. Här omfattar Comunicacion Social fyra år. Fyra fördjupningsalternativ fanns för de två sista åren: film och TV, radio, tryckta medier och reklam. Studierna är spärrade och efterfrågan ligger klart över antalet platser. Den stora skillnaden mellan Republica's och Catolica's utbildningsideer är att man vid Catolica har en mera pragmatisk inställning till utbildningen; det anges klart att det handlar om en yrkesinriktad utbildningsgång. I kursplanen (se bilaga 5) markeras fyra tänkbara yrkesroller för en 'comunicador social'. Det finns en antydning till amerikanskt inflytande över synen på utbildningens uppläggning. Det katolska universitetets kommunikationsutbildningen har på detta sätt större likheter med svenska linjeutbildningar än vad utbildningen vid republikens universitet har.

Det som är kännetecknande för det katolska universitetet är 'småskaligheten'. Prefekten har en överblick av både utbildningsgång och studenter. Genomströmningen har varit förhållandevis bra. Hitills har 15 studenter tagit licenciatura i ämnet.

I och med att Universidad Catolica är nytt har det varit relativt lätt att skapa ett kommunikationsämne. Man har inte varit tyngd av den tradition som finns vid Universidad de la Republica. Idag finns det en egen institution - Departamento de Ciencias de la Comunicacion Social - med egen prefekt för kommunikationsämnet. Ett annat utmärkande drag är att katolska universitet genom sin kontakt med andra universitet i Latinamerika har en mycket bred kontaktyta. Man arbetar också intensivt med dessa kontakter, liksom med andra sammanslutningar av utbildningsinstitutioner för medie- och kommunikationsutbildning, t ex FELAFACS.

Ett tredje drag är att Communication Social vid katolska universitetet har försökt bygga upp en studentforskning. De slutarbeten som görs för licenciatura är ofta inriktade på detta. Under de senaste åren har studenterna skrivit slutarbeten om bl a TV-påverkan på barn, där man bl a studerat sambandet mellan skolbetyg och TV-tittande, kvinnor i reklamen, teater som kommunikationsform mm.

Det katolska universitetet har också sökt engagera sig inom forskningsområdet. Man har exempelvis stått värd för ett antal forskarseminarier, där forskare både från Uruguay och övriga Latinamerika deltagit. Senast hade man med ett seminarium inom ramen för en serie som kallas Foro de Comunicacion y Cultura en el Cono Sur.

Också från katolska universitetet fanns ett stort intresse för samarbete med Masskommunikation i Göteborg. Här talade man framför allt om möjligheten till påbyggnadsutbildning. Man frågade sig om det skulle gå att organisera en påbyggnad i Sverige för studenter från Uruguay. Det är för tidigt att säga något om detta; först måste kontakterna med Republica klaras ut. Det är dock klart att den pragmatiska inriktning som finns vid det katolska universitetet ligger väl i linje med utbildningsmodellen i Göteborg, inte minst gäller detta den studentforskning man stimulerar inom ramen för utbildningen. Det senare medför således att det även här finns en gemensam plattform och för samverkan.

3.3 Masskommunikationsforskningen: mera institut än universitet

Forskningsmässigt saknar Communication Social nästan helt resurser. För närvarande går huvuddelen av arbetet åt till utbildningsplanering och undervisning. Den forskning som institutionens lärare bedriver sker i huvudsak inom olika privata forskningsinstitut. Många av Communication Social's forskare arbetar deltid på Centro Latinoamericana de Economia Humana (CLAEH), ett institut som är nära knutet till det kristdemokratiska partiet.

En förklaring till den svaga forskningssituationen ligger dels i att Communication Social ännu inte fått någon egen profil - det talas om att det är blandning av sociologer, ekonomer och litteraturvetare, vilka har sin kompetens inom andra områden och journalister som saknar forskningskompetens; dels i att Universidad de la Republica's samhällsvetenskapliga och humanistiska ämnen generellt är forskningsmässigt svaga. Det senare förklaras i sin tur av den utrensning av universitetsfolk som ägde rum under diktaturen. Många forskare sökte sig då till privata forskningsinstitut för sin försörjning och har sedan fortsatt sin verksamhet där.

De lärare i social kommunikation som också sysslar aktivt med forskning och som jag hade möjlighet att diskutera med under mina två besök i Uruguay - Luciano Alvarez, Jose Luis Castagnola och Eduardo Rebello - var samtliga på forskningsinstitutet CLAEH. Deras forskningsinriktning varierade kraftigt. Alvarez sysslar

med studier av TV-nyheter och musiktexter särskilt inom tango, i första hand ur en semiologisk synvinkel, medan Castagnola arbetar med studier av samhälleliga värden och medier. Mera detaljer om deras forskning finns i min tidigare rapport (Weibull, 1988: 12f)

Metodmässigt finns det en intressant brytning mellan traditionellt samhällsvetenskapliga ansatser, t ex kvantitativa metoder, och humanistiska, t ex semiotiska infallsvinklar. Det förekommer en inte obetydlig diskussion om detta även i fråga om utbildningen, en diskussion som känns mycket bekant från utbildningen i medier och kommunikation i Sverige. Exempelvis är metodkursen på Communication social vid Universidad de la Republica semiotiskt inriktad, vilken tydligen väckt motstånd på flera håll. Det intressanta är dock att kommunikationsämnet försöker ha en bred metodansats.

Studentforskningen vid det katolska universitetet är särskilt relevant i sammanhanget. De har skapat förutsättning för en ökad kompetensuppbyggnad bland lärarna. Ofta är det handledare och ett par studenter som genomför en forskningsuppgift tillsammans. Man har här åtagit sig vissa uppdrag, bl a en studie av videoproduktion.

Liksom i Sverige och flertalet andra länder är den uruguayanska forskning om massmedier inte nödvändigtvis knuten till medieforskningsinstitutioner. Nestorn inom medieforskningen i Uruguay, Roque Faraone, arbetar inom ämnet idæhistoria. Han är född 1929 och publicerade 1960 den omfattande översiktsvolymen La Prensa de Montevideo och 1969 skriften Medios Masivos de Comunicacion. Hans mediekritiska inställning förde honom i landsflykt under militärdiktaturen. Hans arbeten är viktiga för möjligheten att göra jämförelser över tid.

Faraone arbetar idag med studier av mediers nyhetsrapportering. Senast publicerat är en analys av hur ett tal av Fidel Castro på temat perestroika slog igenom i uruguayansk press (Faraone, 1989).

På den kommersiella sidan gör undersökningsföretagen relativt få studier. Mitt intryck av diskussionen på exempelvis Marketing Investigadores Asociados var att man endast i blygsam utsträckning nyttjade sin databas. Den komparativa studie som f n är under arbete på Grey-Publicidad är dock ett exempel på hur sådant datamaterial kan användas.

Mot denna bakgrund är det intressant att studera ICD:s position. Det visar sig att institutet har kommit att komplettera det som görs inom forskningen både genom att fungera som brygga mellan praktik och forskning och genom att ta fram relevant faktamaterial. ICD har på detta sätt kommit att bli ett instrument för kunskapsuppbyggnaden inom massmedieområdet i Uruguay. Även om institutet alltså i sig inte bedriver forskning kommer mycket av dess verksamhet forskningsområdet - och den akademiska utbildningen - till godo. Detta gäller inte minst publikationen Mass Media och pressarkivet (se vidare nedan), vilka båda används i universitetens utbildning.

3.4 Förutsättningar för samarbete med Sverige

Det intressanta med dessa frågor är att de i stor utsträckning är desamma som nyligen diskuterats beträffande svensk informations- och journalistutbildning, inte minst vid Göteborgs universitet. Om det blir en utökning av journalistutbildningen till tre år och informationslinjen etableras är det i huvudsak samma frågeställningar som även praktiskt kommer att stå i centrum i Göteborg.

Enligt min mening är den uruguayanska modellen relevant också för svensk diskussion, liksom självklart de gjorda erfarenheterna är av stort intresse för oss. Mot denna bakgrund är det viktigt att betona att det här finns ett antal ömsesidiga problem att diskutera. Varken Comunicacion Social eller Masskommunikation, inkl Informationsteknik och Journalisthögskolan har några färdiga modeller utan det gäller att ta till vara varandras erfarenheter.

Beträffande formerna för samarbete är det rimligt att tänka sig gemensamma seminarier. Eventuellt borde det också gå att arbeta med lärarutbyte för kortare eller längre tid. Det problem som omedelbart kan förutses gäller dock språket. I och med att kunskaper i engelska ofta är begränsad även bland akademiska lärare i Uruguay och kunskapen i spanska begränsad hos oss i Göteborg är det viktigt att vid planeringen av eventuellt samarbete ta hänsyn till detta.

Vad gäller forskning torde mycket av den erfarenhet som byggts upp vid Masskommunikation i Göteborg kunna nyttjas i Uruguay. Detta gäller bl a de studier av medieanvändning som äger rum inom det s k Dagspresskollegiet.

De konkreta formerna för samarbete, inte minst finansieringsmöjligheterna, måste utredas vidare. Det planerade avtalet mellan Göteborgs universitet och Universidad de la Republica är en första förutsättning härvidlag. För Masskommunikation är det redan fungerande samarbetet med ICD en viktig brygga mellan svensk och uruguayansk utbildning och forskning inom medie- och kommunikationsområdet.

4. INSTITUTO DE COMUNICACION Y DESARROLLO

Det har redan framhållits att livet i Uruguay kännetecknas av en betydande partipolitisering. Politiska kontakter har stor betydelse för anställning i statlig tjänst. De flesta organisationer eller samhällseliga institutioner har nära band till något av de politiska partierna. Detta är inte något som sammanhänger med de drygt tio årens militärdiktatur utan något som har sin bakgrund i starka politiska partier med en lång historia, d v s i Coloradio- och Nacional/Blanco-partiernas dominerande roll. Jag har givet-

vis som besökare svårt att värdera graden av partipolitisering i Uruguay, men kan ändå klart genom egna observationer konstatera att detta är fallet i fråga om massmedierna.

Den redovisade bilden, som jag under mina två besök fått förmedlad till mig från flera av varandra oberoende källor, präglar också kunskapsproduktionen. Som nämndes i översikten av uruguayansk forskning och undersökningsverksamhet bedrivs denna ofta på institut knutna till till ena eller andra politiska grupperingen. Det är därför inte sällan mycket svårt att få fram en oberoende kunskap av vad som sker i fråga om medier och kommunikation i Uruguay. Det saknas både uppgifter ifråga om kommunikationssystemets struktur och innehåll och förmedling av sådana uppgifter till berörda. De som står vid sidan av de traditionella kommunikationskanalerna har små möjligheter att komma fram.

4.1 ICD:s bakgrund och profil

Det är mot denna bakgrund som Instituto de Comunicacion y Desarrollo (ICD) betraktar sin uppgift. Man vill skapa ett centrum för kommunikations- och utvecklingsfrågor genom att ta fram och sprida kunskaper. De personer som idag leder arbetet inom ICD var tidigare anställda vid institutet CIIDU. Man lämnade dock detta institut i slutet av 1986, eftersom man ansåg att detta var för nära lierat med Nacional/Blanco-partiet. Gruppen ville istället skapa ett institut som var partipolitiskt fristående - med goda relationer till alla politiska grupperingar inom Uruguay.

ICD har sett som sitt bidrag till uppbyggnaden av demokratin i Uruguay efter decenniet av diktatur att ta fram och presentera en partipolitiskt fristående information om medier, kommunikation och utveckling. Valet av områden utgår från bedömningen att den sociala kommunikationen i sig är en viktig drivkraft i samhällsutvecklingen. Man ser det därför som viktigt att det presenteras ett så långt möjligt objektivt faktaunderlag samt att denna kunskap når ut till grupper vid sidan av de politiska partierna - särskilt till så kallade 'non-governmental organizations' (jfr Barreiro-Cruz, 1988)

Vid det första besöket i Uruguay försökte jag få belyst i vilken utsträckning det överhuvudtaget är möjligt att verka som fristående kunskapsproducent och pådrivare i ett så partipolitiserat samhälle som Uruguay. ICD menade då att det är en fråga om tid. Man pekade på att utvecklingen gynnar ICD:s linje - modernisering är en fråga om att få tillgång till neutral information. Vid mitt andra besök tyckte jag mig se detta påstående bekräftat. Det som genomsyrar landet är utvecklingsoptimism och intresse för ny kunskap. Man kan se tillkomsten av den nya tidningen Republica som ett tecken på detta, särskilt dess journalistik i fråga om den ovannämnda gerillaaffären i Argentina. Också mina diskussionerna med företrädare för reklam- och undersökningsföretag pekar i samma riktning.

Kontaktytor

Med en klische kan det påstås att ICD har legat rätt i tiden. Den misstänksamhet som från början fanns mot ICD, främst i fråga om i vad mån man skulle alliera sig med någon särskild gruppering, förefaller ha försvunnit. Inte minst har ICD:s olika publikationer, särskilt den som ger en översikt av massmedierna i Uruguay, varit ytterst viktiga för att markera institutets profil; exempelvis redovisar fakta om alla medier utan att värdera enskilda medier, vilket varit gängse i tidigare beskrivningar av motsvarande slag. Publikationen används nu bl a som handbok inom den akademiska undervisningen i Comunicacion Social, både vid Republikens universitet och vid det katolska.

Den roll ICD spelar märktes även i de seminarier som man hade arrangerat vid mitt andra besök i våren 1989. Detta gäller särskilt heldagsseminariet kring informationsverksamhet och informationsutbildning. Som framgår av det som bilaga 6 bifogade programmet fanns det bland deltagarna representanter både för statliga myndigheter och organisationer, liksom för universitet och andra utbildningsanstalter. Såvitt jag kunde förstå av diskussionen bedöms ICD hör göra en betydelsefull insats genom att man lyfter fram viktiga problemområden och därigenom sprider kunskaper till en större krets av berörda. Samma åsikt framfördes av lärare vid Republikens universitet efter heldagsseminariet kring högre utbildning i medier och kommunikation (se ovan).

En tredje indikator på den roll ICD spelar är deras kontaktyta. Redan mitt bilagda besöksprogram är ett exempel på detta. Också i andra avseenden framträder institutets goda kontakter olika typer av organisationer. Som nämndes i det föregående är detta uppenbarligen ett resultat av de publikationer som ICD producerat, t ex som sammanfattningar av seminarier man ordnat (jfr Castagnola-Vernazza-Weibull, 1988). Dessa har gjort institutet känt i vida kretsar och, såvitt jag kan förstå, även mycket respekterat.

Organisation och lokaler

ICD leds av en styrelse på 14 personer, som representerar olika sidor av uruguayanskt samhällsliv, i första hand medier och utbildningsinstitutioner. Styrelsen diskuterar i första hand allmänna riktlinjer. De som håller i verksamheten är tre personer: Fernando Barreiro, Anabel Cruz och Alejandro Lerena. I staben ingår också ytterligare en person.

ICD ligger på Calle Rincon i Montevideos gamla stad. Man har tre relativt stora kontorsrum på femte våningen i ett förhållandevis modernt kontorshus. Vid mitt första besök hade ICD två personer anställda på deltid. Under året har ytterligare två tillkommit. Detta har gjort institutet något trångbott. Med tanke på den grundläggande osäkerheten i finansiering vill man dock undvika en lokalmässig expansion.

4.2 ICD:s arbetsuppgifter

ICD startade formellt i december 1986. Institutets huvuduppgifter är att bedriva forskning, utbildning och dokumentation i fråga om

social kommunikation. Verksamheten under 1987 var förhållandevis begränsad. Det gällde att få det nya institutet administrativt på fötter och samtidigt få igång en meningsfull verksamhet med hänsyn till de uppställda målen.

Ursprungliga arbetsområden

Mot denna bakgrund utvecklade ICD under 1987 vissa bestämda arbetsområden, vilka senare successivt har vuxit samman och idag är grunden för institutets verksamhet (jfr Weibull, 1988). Ett sådant arbetsområde är det som till en början kallades 'Communication Guide'.

'Communication Guide' var det projekt som avsåg att dokumentera mediesystemet i Uruguay. Det innebar starten på arbetet med den tidigare nämnda Media-guiden, som presenterar fakta om medierna i Uruguay. Denna s k 'Guia' har många likheter med den svenska boken Massmedia, som årligen utges av Svenska Journalistförbundet i samarbete med Tidens förlag. Boken vars fullständiga namn är MASS MEDIA La Guia 1988 utkom första gången i början av 1988. Den omfattade ca 250 sidor med 18 huvudavsnitt, i princip ett för varje typ av medium - dagspress, radio, TV, tidskrifter, film, video, nyhetsbyråer, reklam etc. Avsnitten inleds med en allmän introduktion och innehåller sedan en förteckning över alla företagen/institutionerna inom respektive område. Den typ av faktasammansättning som La Guia representerar var helt ny i Uruguay. Den krävde därför ett omfattande arbete, men fick samtidigt en mycket stor och positiv uppmärksamhet.

Ett annat projekt, som ICD hade med sig från CIIDU, var det s k SENI. Detta avser en nyhetstjänst till små landsortstidningar och inriktar sig särskilt på utvecklingsinformation. För de små tidningarna är den information som kommer via SENI ett viktigt material. Projektet vidareutvecklades genom det s k AP-projektet, vars syfte är skapa ett datoriserat pressarkiv för utvecklingsinformation (se vidare nedan).

De olika projekten under 1987 hade varierande finansiärer. Svenska SIDA stödde SENI, Kanada finansierade AP-projektet, medan den västtyska Friedrich-Naumann-stiftelsen betalade La GUIA.

Vid sidan av projekten har ICD engagerat sig i utbildnings- och seminarieverksamhet. Under mitt första besök vid ICD hade jag möjlighet att vara med på delar av ett seminarium för konsumentorganisationer i södra Latinamerika (Argentina, Chile, Paraguay och Uruguay), där ICD medverkade med genomgångar av informationsverksamhetens grunder och av arbete med databaser. Under mitt andra besök deltog jag, som ovan nämnts, i ett seminarium om informationsarbete i Uruguay.

ICD har särskilt engagerat sig i situationen för non-governmental-organizations (ngos). Mycket av arbetet sker både för och tillsammans med dessa. Detta har också resulterat i att två av institutets forskare har gjort en översikt av ngos i Uruguay (Barreiro-Cruz, 1988), vilken presenterades vid ett internationellt seminarium i Madrid.

Ramprojektet 1988/89

Det som kännetecknade ICD:s verksamhet under 1987 var splittring på en rad projekt. Genom att dessa hade olika finansiärer som krävde olika slags avrapportering ansåg man det vara svårt att få någon riktig stadga i verksamheten och det övergripande målet äventyrades. Detta var bakgrunden till det s k ramprojektet, som jag vid mitt besök våren 1988 hade möjlighet att kommentera.

Motivet för ramprojektet var att det skulle underlätta administrationen av olika delprojekt och därmed göra verksamheten effektivare: man skulle kunna planera för en ökad samordning mellan enskilda projekt, bl a genom att delområdena inom ramprojektet kunde läggas i en viss tidsmässig ordning. Därtill kom att ett ramprojekt skulle bidra till att markera institutets profil genom att det skulle utgå från ICD:s styrka i fråga om information och dokumentation. ICD menar att det behövs ett tvåårigt ramprojekt med finansiering från utlandet för att det skall kunna bidra med en långsiktig stabilitet åt verksamheten som helhet.

Mot denna bakgrund utformade ICD ett projektprogram och ansökte om bidragsmedel från SIDA. I programmet lyfte man fram programområdet dokumentation-information. Med dokumentation avsågs verksamheten inom i första hand AP-projektet och utvecklingar av detta, medan information inkluderar i första hand SENI-projektet. Tanken var att gå vidare genom etableringen av något slags informationscenter kring information och utveckling, vilket kunde bli en viktig resurs för 'non-governmental organizations' av den typ man redan har kontakter med. Det handlar inom projektet att både utveckla hårdvaran (nätverket) och mjukvaran (den erbjudna tjänsten).

I sina planer har ICD haft med två ytterligare arbetsområden. Det ena gäller forskning. Avsikten var att utveckla projektet Vision, vilket syftar till att få fram en systematisk beskrivning av informationssystemet i Uruguay. La GUIA är här en del av råvaran, men det handlar nu mera om att försöka beskriva olika informationskanalers utbredning respektive olika mediers genomslag. Ett exempel kan vara sammanställningar av medieekonomi, publiksiffror och uppgifter om medieinnehåll. Som man framgått av min redovisning av de uruguayanska medierna i det föregående är detta uppgifter som idag saknas i Uruguay.

Den tidigare nämnda rapporten om ngos i Uruguay måste också sägas vara exempel på en forskningsinsats.

Det andra delområdet var utbildning. Man tänker sig här att på grundval av de kunskaper som produceras inom den föreslagna informations- och dokumentationstjänsten samt inom forskningsprogrammet börja lägga upp kurser. Detta skulle då inte handla om någon akademisk utbildning utan snarare vara ett slags vidareutbildningskurser för dem som vill lära sig form och innehåll i effektiv informationsverksamhet. Som framgått ovan är ICD redan något engagerat i utbildnings- och seminarieverksamhet.

Medan forskningen delvis kunde ses som en omedelbar utveckling av dokumentations- och informationsverksamheten var utbildningsområdet en mera långsiktig ambition.

I september 1988 beviljades ICD medel av SIDA för det s k ramprojektet kring dokumentation och information. Medlen avsåg i första hand ett år. Eftersom delar av arbetet inom projektet har stora likheter med de verksamheter som finns vid Avdelningen för masskommunikation vid Göteborgs universitet, fanns i SIDA:s förutsättningar att jag vid ett besök skulle medverka med synpunkter och kommentarer samt att en forskare som arbetar med databashantering vid Avdelningen - forskningsassistent Ingela Strid - skulle besöka ICD och bidra med sin erfarenhet. Det följande är i huvudsak en redovisning av erfarenheterna från detta senaste besök.

4.3 ICD:s verksamhet våren 1989

ICD kan sägas ha tre huvudsakliga inriktningar: dokumentation-information, forskning/studier kring det uruguayanska mediesystemet och utbildning/kurser inom informationsområdet. Av dessa avser således ramprojektet det första området med anknytning till forskning/studier. Vid mitt besök i februari/mars 1989 hade verksamheten inom ramprojektet visserligen kommit igång, men i och med att medlen beviljats i början av hösten hade det praktiska inlets först i slutet av 1988. De olika projekten hade därför vid mitt besök i månadsskiftet februari/mars kommit olika långt.

I det följande skall jag för de tre områdena redovisa situationen våren 1989. Redovisningen bygger på mina diskussioner med företrädarna för ICD. Mot denna bakgrund skall jag i ett avslutande avsnitt göra min samlade bedömning av verksamheten och dess utvecklingsmöjligheter.

Dokumentation-information

Dokumentation-information är i ICD:s ramprojekt två delområden: det ena avser dokumentation i form av arkiv och databaser, medan det andra gäller information mera i betydelsen informationsspridning. Till det förra räknas bl a AP-projektet, till det senare bl a SENI-projektet.

AP-projektet som avser ett arkiv över tidnings- och tidskriftsartiklar kring medie-, kommunikations- och utvecklingsfrågor. Projektet som startade under 1987 har inom ramprojektet fått en fast form. Varje dag klipps artiklar ur de uruguayanska tidningarna, kodas efter vissa variabler och läggs in i en databas. I klassificeringen ingår att artiklarna förses med viss nyckelord hämtade från UNESCO:s thesaurus för masskommunikation. I arkivet läggs således inte artiklarna som helhet in utan detta fungerar snarast som ett slags bibliografisk databas.

I princip klipper man alla viktigare tidningar i Montevideo. Med tanke på den relativt höga kostnaden för abonnemang är bredden i tidningstillgången i stor utsträckning beroende av i vad mån man

kan erhålla tidningarna utan kostnad. Pressarkivet innehåller för närvarande omkring 5000 artiklar. Det tillväxer med mellan 300 och 400 artiklar per månad.

Syftet med pressarkivet är att ge dokumentation åt berörda organisationer inom området. ICD har därför utvecklat en abonnemangssystem. Man har för närvarande tio fasta prenumeranter. Bland dessa ingår bland annat kooperativa organisationer, kvinnoorganisationer och handikapporganisationer. Man har satt priset lågt (två dollar per månad) i syfte att öka antalet prenumeranter. På sikt räknar man dock att man måste höja det. Arkivet används också inom utbildningen i Social kommunikation vid katolska universitet, där man på vissa moment arbetar med ICD:s databas.

Enligt min bedömning är AP ett mycket välskött arkiv. Det material som matas in är relevant och inmatningen görs av kompetent personal. Ett problem är tidningstillgången, men överlag har man dock en rimlig bredd i sitt tidningsmaterial. På min fråga om hur urvalet av artiklar ur tidningarna i praktiken görs säger man sig utgå från en tämligen vid definition av kommunikation och utveckling. Genom kodningen av artiklarna sker dock en närmare precisering av innehållet, som underlättar för användarna att få grepp om artiklarnas innehåll. Vad gäller antalet abonnenter kan detta förefalla lågt. På ICD menar man att resultatet är relativt bra med tanke på att man varit igång endast en kortare tid. Man ser samtidigt en hake i att man bara kan förse sina abonnenter med listor på klassificerade artiklar. Man kan visserligen förse intresserade med fotokopior, men eftersom ICD inte haft råd med någon egen kopiator utan måste göra kopior 'på stan' är detta både omständigt och dyrt. Det finns en betydande efterfrågan på billiga kopior, bland annat med hänsyn till att tidningarna som sådana är dyra och har begränsad spridning (se avsnitt 2.1 ovan). På ICD menar man att en egen kopiator skulle vara ett sätt att effektivisera arbetet samtidigt som tjänsten därigenom blir mera attraktiv.

Även om abonnenterna är relativt få menar man på ICD att den ändå fått en betydande spridning genom att den innehåller ett unikt material. Exempelvis används den av journalister, studenter m fl vid särskilda behov.

ICD har även utvecklat en databas (CID), som är en fortsättning av AP och tar vara på erfarenheterna från detta projekt. Den nya basen lagrar alla slags publikationer, artiklar mm om medier och kommunikation i Uruguay. I princip skall basen på sikt innehålla allt som producerats antingen om eller i Uruguay respektive av personer från Uruguay. Man har anställt en bibliotekarie (75 procent tjänst) som inventerat olika källor. Ännu så länge har man endast ett hundratal publikationer registrerade; detta är dock mer än vad Nationalbiblioteket i Montevideo har inom samma ämnesområde. Detta förklaras av att basen även inkluderar skriftligt material, d v s rapporter och dylikt opublicerat material.

ICD menar att publikationsdatabasen både har skapat ytterligare kontaktytor för institutet och inneburit att man fått erfarenhet av databasarbete. Den verksamhet som ICD bedriver härvidlag an-

knyter nära till UNESCO:s COMNET-program, som syftar till att etablera ett globalt system för dokumentation och information om medier och kommunikation. I detta ingår även den nordiska dokumentationscentralen för masskommunikationsforskning (NORDICOM), vars svenska del är placerad vid Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet. NORDICOM är f n koordinator av detta globala program. CIESPAL (Quito, Ecuador) är f n ansvarigt för information och dokumentation om masskommunikation från Latinamerika. På sikt är det dock troligt att även nationella centraler av det slag som den nya databasen representerar kommer att inlemmas i COMNET-systemet.

SENI-projektet är den äldsta av verksamheterna vid ICD. Denna informationstjänst om kommunikations- och utvecklingsfrågor går en gång per vecka ut till 18 tidningar i på Uruguays landsbygd. Normalt sänds fem artiklar ut. Inom ICD ser man f n med viss osäkerhet på SENI. Orsaken till detta är att det handlar om en förhållandevis dyr tjänst, vars effekter är begränsade. Visserligen publiceras ofta materialet, men man tycker sig på grundval av redigeringen se att det ofta blir mera av spaltfyllnad. Man har också sett att CIIDU:s motsvarande tjänst - SERCOM - upphört i brist på abonnentintresse.

Mot denna bakgrund har ICD sökt efter en möjlighet att på något annat sätt ge samma service till medierna på Uruguays landsbygd, eftersom man ser det som ytterst angeläget att kunskapen sprids vidare. Bland de alternativ som diskuterats är radiosändningar och ett nyhetsbrev. Tills vidare är detta bara allmänna funderingar. Under 1989 drivs SENI på samma sätt som tidigare.

Referensdatabas

Ett tredje område som kan räknas till ICD:s dokumentation-informationsprofil är den s k referensdatabasen. Denna är en delvis ny verksamhet och ingår formellt inte i det av SIDA stödda ramprojektet, utan har särskilda medel från en holländsk biståndsorganisation. I och med att den kan ses som en vidareutveckling av ramprojektet finns det dock skäl att uppmärksamma den här.

Referensdatabasen syftar till att skapa ett system där uppgifter om institutioner och nätverk av olika slag skall lagras. Detta material skall sedan bilda underlag för olika slag av publikationer. De institutioner som skall inkluderas är främst non-governmental organizations (ngos), statliga myndigheter, internationella organisationer med verksamhet i Uruguay, databaser, nätverk mm. Totalt sett räknar ICD med ca 350 institutioner i databasen. För att få fram alla uppgifter genomför ICD f n intervjuer med ca 300 av dessa. Man ställer 20 faktafrågor och svaren på dessa kommer sedan att inkluderas i basen. Tanken är att basen på detta sätt skall uppdateras varje år.

Genom rapporten om ngos (Barreiro-Cruz, 1988), som även innehåller en del sifferuppgifter om organisationernas ställning, har ICD härvidlag en bra grund att bygga vidare på.

Även referensdatabasen skall finnas som databas är dess funktion

i första hand att ge underlag för publikationer. Under 1989 avser man att publicera en översikt av ngo's i Uruguay och en över internationella organisationer i Uruguay. ICD menar att det inom organisationslivet finns en stor efterfrågan på sådan kunskap. Inte minst är det viktigt för organisationerna att veta vilka andra verksamheter som bedrivs inom deras områden. ICD avser sedan att under hösten arrangera ett seminarium med syfte att utvärdera projektet.

Forskning och utbildning

Som jag framhöll i rapporten från mitt första besök på ICD kan det diskuteras i vilken utsträckning någon del av ICD:s verksamhet bör betecknas som forskning. Givetvis har inte institutionen kompetens i fråga om akademisk forskning i vanlig mening, men å andra sidan har man ägnat sig åt att ta fram primäruppgifter om mediasystemet och ngos i Uruguay. I och att man här tagit fram ny kunskap på ett systematiskt sätt bör detta rimligen betraktas som ett forskningsarbete.

Som redan tidigare nämnts har den grundläggande beskrivning av mediasystemet i Uruguay som gjordes i MEDIA La Guia 1988 fått stor uppmärksamhet. Detta har underlättat arbetet med den andra upplagan. Enligt ICD har detta medfört att de medier som inte kom med i den första självantaget hörts av sig och vill vara med i den nya. I och med den andra upplagan lägger man nu också upp uppgifterna om medierna som en databas, vilket underlättar kommande utgåvor.

Genom sin kunskap om medier i Uruguay kan ICD ge service till personer och institutioner som söker fakta om massmedier och kommunikationssystem i landet. Detta gör man bl a till de två universiteterna i Montevideo. Man har dessutom fått uppdrag av CIESPAL, det regionala informations- och dokumentationscentret för masskommunikation för Latinamerika (se ovan), att på grundval av La Guia sammanställa en rapport om mediasystemet i Uruguay. För detta senare arbete arbetar ICD också nära tillsammans med såväl de två universiteterna och undersökningsföretag (jfr kapitel 2 ovan). Detta bör rimligen innebära att ICD ökar sin kompetens inom forsknings- och undersökningsverksamhet.

ICD:s tredje arbetsområde är utbildnings- och seminarieverksamhet. Detta består inte på samma sätt som de föregående någon fast verksamhet. Snarast anordnas utbildning och kurser efter behov. Som tidigare nämnts har jag i samband med mina två besök på ICD deltagit i några heldagsseminarier anordnade av ICD samt haft möjlighet att sitta med i en kurs där ICD bidrog med genomgångar.

En styrka hos ICD har varit den goda dokumentationen. Seminarierna har normalt resulterat i rapporter, som gjort att det som sagts vid seminariet fått ytterligare spridning (jfr Castagnola-Vernazza-Weibull, 1988).

En långsiktig ambition hos ICD är utveckla utbildningssidan. Man menar att det finns ett stort behov av att utbilda personer inom

organisationslivet i Uruguay bl a i informationsteknik. Detta gäller då inte akademisk utbildning utan snarast sådan verksamhet som i Sverige drivs som kvällskurser inom högskolan eller kortare kurser vid folkhögskolor och studieförbund. Behoven av sådan utbildning finns särskilt på landsbygden, men även i Montevideo. Utbildningen skulle då hämta sin kunskapsmässiga grund i det material om medier och kommunikationssystem som ICD löpande samlar in. Till detta kommer färdighetsträning vad gäller kontakter med medier och hanterandet av andra informationskanaler. Också på detta område finns kompetens inom ICD.

4.4 ICD och Masskommunikation i Göteborg

Mitt huvudintryck av ICD:s nuvarande arbete är således mycket positivt. Enligt min bedömning har man slagit in på en fruktbar väg. Till viss del färgas min värdering av att Avdelningen för masskommunikation sedan en följd av år har en liknande profil på sitt arbete och att denna visat sig fruktbar inte minst genom att skapat en väl fungerande kontaktyta med praktiker inom informations- och medieområdet. ICD har givetvis andra syften än de som gäller för en universitetsinstitution, men det finns tillräckligt många beröringspunkter för att man skall tro på fruktbarheten i deras ansats.

ICD:s styrka förefaller mig vara att man är ett sammansvetsat team med vissa drag av pionjärande. Svagheten är institutets relativa litenhet. Det är med hänsyn till det senare jag förespråkar ökade kontakter med forskare inom det akademiska fältet. Men det är också här jag tror att kontakterna mellan ICD och Avdelningen för masskommunikation i Göteborg kan vara särskilt betydelsefulla. Som framgått i det föregående har Avdelningen på de flesta av ICD:s arbetsområden både teoretisk och praktisk erfarenhet. Även om vi givetvis inte tror att svenska lösningar kan utan vidare kan överflyttas till Uruguay tycks det ändå finnas tekniska erfarenheter hos Masskommunikation som ICD kan dra nytta av. Både från NORDICOM-Sverige, Medieprojektet och Informations-teknik är man beredd att dela med sig av dessa.

En värdering av fortsatte samarbetsmöjligheter på basis av mitt andra besök på ICD visar att det snarast är inom informationsområdet som det f n finns anledning till konkreta kontakter. Med tanke på att den svenska NORDICOM-centralen ansvarar för all informationsverksamhet om medie- och kommunikationsforskning på ett nordiskt plan borde det vara rimligt att någon därifrån kunde beredas möjlighet att dela med sig av sin erfarenhet till ICD. Detta är inte minst viktigt med tanke på att ICD genom sin data-

bas CID gör ett arbete som liknar vad NORDICOM sysslar med. Det som ICD nu planerar är att bygga ut informationsverksamheten på detta område; detta är exakt samma process som NORDICOM gick igenom för knappt tio år sedan. Eftersom NORDICOM-Sveriges förestandare Ulla Carlsson är den person som från starten ansvarat för NORDICOM:s information både i Norden och i Sverige borde hon vara den mest lämpade för en genomgång med ICD.

Enligt min mening skulle ett besök från Ulla Carlsson med fördel kunna ske snarast möjligt, men senast under hösten 1989. Om SIDA skulle besluta sig för att stödja ICD för ytterligare en tidsperiod år är enligt min mening en sådan kontakt av avgörande betydels

Om vi ser till den tredje fasen i ICD:s uppbyggnad är denna knuten till informationsutbildning. Också på detta område har Avdelningen för masskommunikation en lång erfarenhet. Det som i detta sammanhang är särskilt relevant är att utbildningen i Informationsteknik i Göteborg har sysslat relativt mycket med vidare- eller påbyggnadsutbildning av yrkesverksamma personer, i huvudsak på kvällstid. Inom detta har det framför allt handlat om personer vid myndigheter eller organisationer. En av ICD:s medarbetare har följt och gått igenom delar av denna utbildning.

Eftersom det finns händelser relativt mycket i fråga om informationsutbildning i Sverige skulle det troligen vara fördelaktigt om någon från ICD fick möjligheter att komma till hit att besöka olika utbildningsinstitutioner inom fältet. Nuvarande studierektor i Informationsteknik i Göteborg, Bertil Flodin, som själv har arbetat som både myndighets- och organisationsinformatör, skulle vara en ytterst lämplig kontaktperson. Om SIDA bestämmer sig för att stödja också ICD:s utbildningssatsning vore det troligen av stort värde om Bertil Flodin på ort och ställe kunde komma med råd och synpunkter.

I Avdelningens bedömning ligger också ett intresse av att ta del av jämförbara resultat från Uruguay. Som nämndes i min bakgrundsbeskrivning så var Uruguay på 1950-talet ett land med högre BNP än Sverige och med en relativt omfattande dagstidningsläsning. Sedan tappade dagspressen terräng och på 1980-talet är TV det lönsamma mediet. Frågan är vad som förklarar denna utveckling. Just frågan om vilka faktorer i samhällsutvecklingen som bestämmer samspelet mellan olika medier är den centrala problemställningen för Avdelningens Medieprojekt. Den finns också inom ett annat av Avdelningens forskningsprogram - Dagspresskollegiet. Det skulle således vara av stort intresse även i Göteborg om det kunde komma igång studier på detta område i Uruguay. Sådana studier skulle kunna hjälpa till att belysa Avdelningens egna forskningsfrågor. Därtill kommer att arbetet kring relativt konkreta frågeställningar om förhållande mellan massmedier och utveckling skulle kunna bidra till att utveckla nya samarbetsområden mellan ICD och Avdelningen för masskommunikation.

Eftersom detta handlar om ett forskningsprojekt är det givetvis ingen fråga för SIDA. Tanken på ett komparativt projekt som mer ingående utvecklats i kapitel 2 ovan skall i första hand ses som uttryck för Avdelningens intresse att fortsätta samarbetet med

Uruguay; jag har uppfattat dessa kontakter som både fruktbara och spännande. Enligt min mening har också mitt intresse för sådana frågor under vistelserna i Uruguay medverkat till att skapa en rad kontakter, som också kan vara viktiga för ICD i dess fortsatta arbete.

5. AVSLUTANDE KOMMENTARER

Sammanfattningsvis kan konstateras att mina två besök i Uruguay varit mycket positivt. Jag har på ort och ställe kunnat bilda mig en uppfattning om ICD och dess arbete. Enligt min bedömning har ICD kommit igång mycket väl med sitt ramprojekt kring dokumentation och information. Ingela Strid och jag har under våra besök försökt bidra med våra erfarenheter på olika specialområden. Som jag ser det finns det dessutom en rad områden där Avdelningen för masskommunikation och ICD kan ytterligare bygga ut och fördjupa sina kontakter.

I vilken utsträckning det blir aktuellt med ett fortsatt erfarenhetsutbyte mellan ICD och Masskommunikation hänger till stor del samman med SIDA:s fortsatta engagemang. Jag uppfattar i och för sig att ett engagemang av detta slag kunde vara rimligt, men det har inte varit min uppgift att ha synpunkter på detta; jag har därför begränsat mig till bedömningar av den fortsatta utvecklingen av ICD oavsett finansiär.

Som jag ser det blir 1988/89 det år då ICD kommer att konsolidera dokumentationsarbetet konsolideras och informationsarbetet utvecklas. För 1989/90 gäller det att utveckla informationsverksamheten så att den kunskap som dokumenterats kan få en vidare spridning. Samtidigt börjar utbildningsinsatser planeras, vilka kan i större skala kan igångsättas under 1990/91. Efter en sådan uppbyggnadsperiod har ICD sannolikt nått en sådan position att den fungera utan externa bidrag i varje fall inom sina profilområden.

En sådan utbyggnad ligger i linje med ICD:s mål att genom dokumentation av och information om kommunikation och samhällsutveckling stödja demokratiseringsprocessen i Uruguay.

Om detta arbete kommer att fortsätta anser jag vara av stort värde att ICD kan tillföras erfarenheter från både NORDICOM-Sverige och grundutbildningen i Informationsteknik inom ramen för samarbetet med Avdelningen för masskommunikation. Även den tekniska erfarenheten från Avdelningens medieprojekt kan här ha betydelse.

Under min resa har jag medverkat som föreläsare och inledare vid två heldagsseminarier arrangerade av ICD. Kontakterna med deltagarna har övertygat mig om att det finns många beröringspunkter mellan Uruguay och Sverige. Särskilt spännande jämförelsepunkter finns i utvecklingen av förhållandet mellan olika massmedier. Detta gäller t ex partipressens successiva förändring och syn på dagspressens roll i förhållande till televisionens. Ett fördjupat

studium av Uruguay borde kunna ge intressanta infallsvinlar på vissa mönster i den svenska medietvecklingen.

Mot denna bakgrund är Avdelningen för masskommunikation mycket intresserad att även initiera något slag av komparativt forskningsprojekt kring medietvecklingen i Sverige och Uruguay samt ytterligare ett eller ett par länder. Ett sådant projekt skulle kunna ge viktig förståelse av förhållandet mellan massmedier och samhällsutveckling.

REFERENSER

Aguirre-Bianchi, Claudio, Hedebro, Göran (1979): Communication Alternatives and the New International Information Order in Latin America. Institute of Latin American Studies, Stockholm

Alvarez, Luciano (1988) El tango nos espera a los 40. Algunas hipotesis, apuntes y opiniones sobre el tango. Arbetss-papper till Foro de Comunicacion y Cultura en el cono sur. UCUDAL-FELAFACS

Barreiro, Fernando, Cruz, Anabel (1988) La Dificultad de ser. Organizaciones no gubernamentales en el Uruguay de hoy: El desafio de democracia. Montevideo, Fundacion de Cultura Universitaria-Instituto de Comunicacion y Desarrollo.

Castagnola, J L, Vernazza, F, Weibull, L (1988) Investigacion en comunicacion de masas: situacion y perspectivas. Montevideo, Fundacion de cultura universitaria-Instituto de Comunicacion y Desarrollo.

Faraone, Roque (1960) La Prensa de Montevideo. Estudio sobre algunas de sus características. Montevideo, Biblioteca de publicaciones oficiales de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de la Republica

Faraone, Roque (1989) Medios Masivos de Comunicacion. Montevideo, Nuestra Tierra 25

Faraone, Roque (1988) En torno de la "perestroika": Repercusion en la prena uruguayaya del discurso pronunciado por Fidel Castro el 26 de Julio de 1988. Departamento de Ciencias de la Educacion, Universidad de la Republica

Gabay, Marcos (1987) The Mass Media in Uruguay. The Democratic Journalist 5-1987

Galenano, Eduardo (1971): Uruguay - löfte och förräderi. I Petras, J, Zeitlin, M (red): Latinamerika - reform eller

- revolution? Stockholm, Zenith-Rabæn&Sjögren
- Grenninger, Carl Magnus m fl (1969) Utveckling i baklås.
Argentina, Brasilien, Paraguay, Uruguay - politiska,
ekonomiska och sociala aspekter. Stockholm, LT:s förlag
- Gunder Frank, Andre (1979): Crisis in the Third World.
Heinemann, London
- Hadenius, Stig (1977) Massmedier i syd och nord. Internationella
Studier 3-1977
- Hadenius, Stig, Weibull, Lennart (1989) Massmedier. En bok om
press radio TV. Fjärde omarbetade upplagan. Stockholm,
Bonniers
- Jellinek, Sergio (1988) Military Protagonism in Transition and
Institutional Insertion in Democracy: A Comparative study of
Brazil, Argentina and Uruguay. Department of Political
Science, University of Stockholm
- Kurian, George (1981) World Press Encyclopedia I-II. New York,
Praeger
- Köhler, Carl Gustav (1987) Bödlar friar sig själva. Kommentar
5-6/1987
- Marketing Investigadores Asociados: Medicion de Audiencia
Enero 1989
- Mass Media. La Guia 1988 (1987). Instituto de Communicaion y
Desarrollo, Montevideo
- Merrill, James (1983) Global Journalism. A Survey of the World's
Mass Media. New York-London, Longman
- Lindqvist, Sven (197) Jord och makt i Sydamerika. Stockholm,
Aldus
- Needler, Martin (1983): An Introduction to Latin American
Politics . The Structure of Conflict. Englewood Cliffs, NJ,
Printice-Hall
- Palmberg, Lars (1986): Rapport om situationen för kultur och
massmedia i dagens Uruguay. Stockholm, SIDA
- Reyes Matta, Fernando (1976): The Information Bedazzlement of
Latin America. A Study of World News in the Region.
Development Dialogue 2-1976
- Roe, Keith (1987) Media and social life in lund two years after
the start ocf cable transmissions. Avdelningen för masskom-
munikation, Göteborgs universitet
- Roe, Keith, Weibull, Lennart (1989) Vad gör kabel-TV i Sverige?
Lund, Studentlitteratur

Ronnås, Lars (1986) En chans för demokratin Argentina och Uruguay. Utrikespolitiska institutet, Världspolitikens dagsfrågor. Stockholm

The Statesman's Year-Book. Statistical and Historical Annual of the States of the World for the Year 1987-1988. London, Macmillan

Statistisk Årsbok 1960-, Stockholm, Statistiska Centralbyrån

Uruguay. Länder i fickformat, Utrikespolitiska institutet, Stockholm 1986

Weibull, Lennart (1988) Rapport från en kontaktresa till Uruguay 10-22 april 1988. Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet

Weibull, Lennart (1988B) Vad påverkar framtidens tidningsval? Mönster i allmänhetens läsvanor. Stockholm, Dagspressen marknadsinformation





Instituto de Comunicación y Desarrollo
Rincón 610, piso 5 Tel. 96 07 45
Montevideo - Uruguay

BILAGA 1

PLAN DE ACTIVIDADES

Lennart Weibull

Mandag 27

=====

13.00 - 14.00

Studiebesok: Francisco Vernazza
GREY PUBLICIDAD
Andes 1408, piso 5

15.30

Studiebesok: CXB SAETA TV Canal 10
Onar De Feo
Director
Dr. Lorenzo Carnelli 1234

Tisdag 28

=====

10.00

Mote: Sergio Jellinek

13.00

Arbertsnote pa ICD

17.00

Mote: Roque Faraone
Massmedia utveckling efter andra V.K.
ICD

Onsdag 1

=====

12.00

Christer Persson
Embajada de Suecia

Avda. Brasil 3079

16.00

Mote: Carmen Rico
U. Dámazo A. Larrañaga
Avda. 8 de Octubre 2738

18.00

Arbertsmote pa ICD

Torsdag 2

=====

10.00

Mote med Universidad de la República
("De praktisk-tekniska momentens"..)
(Eventuelt mote med Tisnes)
Universidad de la República
Avda. 18 de Julio 1968

13.00 - 14.00

Lunch

15.00

ICD

17.00 Slut

Fredag 3

=====

11.00

Studiebesok: "Radio Sarandí"
Jorge Nelson Mullins
Director
E. Comte y Riqué 1250/64

13.00

Studiebesok: Marketing
Sergio Fernandez
Director
Guayabo 1522

18.00

Studiebesok: tidningen "La República"
Ettore Pierri
Garibaldi

Lordag 4
=====

Ledig

Sondag 5
=====

Ledig

Mandag 6
=====

10.00 - 18.00

Seminarium ICD "Informator pa 80-talet"
Instituto de Cooperación Iberoamericana (ICI)
Tomás Giribaldi 2280

Tisdag 7
=====

10.00 - 13.00

Arbetsnote med ICD



INGELA STRID:
RAPPORT FRÅN STUDIERESA TILL MONTEVIDEO

ICD:s datasystem

Ursprungligen hade ICD en PC-XT utrustad med en 20 Mb hårddisk. Till denna var kopplad en terminal. Datorn användes huvudsakligen som ordbehandlare. Den programvara som användes för databassystem var Zim. Med denna utrustning började man bygga upp sitt pressarkiv. I detta arkiverades artiklar efter ämnesområden. När denna utrustning kändes för trång började man inom ICD fundera på vilka de framtida användningsområdena för datasystemet skulle vara och kom fram till följande fyra databassystem:

1. Pressarkiv
2. Register över massmedier och till mediesystemet knutna företag, organisationer och myndigheter.
3. Bibliografiskt arkiv över massmedielitteratur
4. Klipparkiv omfattande referenser av om utveckling

Eftersom kompetens saknades inom ICD kopplades ett fristående konsultföretag in för att göra en analys av lämplig hård- och mjukvaruanskaffning.

Modernisering av datasystemet

Det konsultföretag som anlätades för expertråd kom fram till följande slutsatser:

1. Lämplig nyanskaffning på hårdvarusidan skulle vara en AT utrustad med 40 Mb hårddisk varav 10 Mb skulle utnyttjas för DOS-applikationer och 30 Mb för applikationer under UNIX. Denna dator är snabbare och har större lagringskapacitet än den som redan fanns inom ICD.
2. Eftersom man ville utnyttja den terminal som fanns redan tidigare behövdes ett operativsystem på AT'n som kunde klara "multitasking" (köra flera olika program samtidigt). Valet föll på UNIX.
3. En kraftfull programvara för databashantering behövdes, valet föll på FOX-base. FOX-base har två stora fördelar i detta sammanhang dels finns den i två versioner, en för det vanligaste operativsystemet (DOS) och en för det operativsystem som valts av ICD (UNIX) dels är de databaser som skapas kompatibla med det vanligaste programmet för databashantering på PC (dBase).

4. Ett konsultföretag skulle kontrakteras för att bygga upp menystyrda applikationer till databassystemet. Kostnaden för detta visade sig hamna på US\$ 1 900. Inom ICD saknas kunskaper i programmering och den allmänna datakunskapen måste betecknas som relativt låg varför det var extra viktigt att speciell programvara skapades som var direkt anpassad till de databaser som skulle användas och som dessutom var mycket användaranvänlig.

Diskussioner kring ICD nya datasituation

De diskussioner jag kom att föra med ICD:s företrädare under mitt besök rörde två huvudområden. För det första gällde det kontakten med konsultföretagen och då främst om valen som gjorts var de rätta och om det kunde finnas några problem som förbisetts. För det andra gällde det andra framtida utvecklingsmöjligheter.

En fråga som jag aktualiserade var vem som var ägare till det databassystem som byggdes upp för ICD:s räkning. Detta visade sig först vara något oklart men efter viss diskussion kom de inblandade konsulterna fram till att ICD var ensam ägare och kunde sälja systemet vidare. Eventuellt kan detta vara en möjlighet att få tillbaka en del av de satsade pengarna. Min bedömning är att framför allt det bibliografiska databassystemet är såpass allmängiltigt att det skulle kunna användas vid mindre bibliotek och informationsenheter både inom företag och organisation.

En annan fråga som inte berörts i kontakten med konsulterna under det att systemet planerades var huruvida det var möjligt att som output från systemets olika delar få textfiler som direkt kan importeras till något redigeringsprogram. Databasen över olika massmedier och organisationer är tänkt som "råvara" till en regelbunden publikation från ICD. En av persondatorns stora fördelar är just de möjligheter som finns att på ett enkelt sätt transportera information från en typ av program till en annan. Efter diskussion med en av konsulterna fick vi ett löfte om att de skulle se över vilka modifieringar som behövde göras i programmet.

Denna möjlighet att få fram information, på ett standardiserat sätt, på ett datormedia ökar möjligheterna för ICD att på sikt även klara av redigering av sina publikationer. I dag lämnas åt konsultföretag. Inom ICD finns grafisk kompetens vilket skulle kunna öppna stora möjligheter att själva framställa tryckfärdiga original. Detta gäller i första hand publikationen GIA men på sikt även en bibliografisk publikation. Den komplettering av utrustning som skulle behöva för detta är en laserskrivare vars kostnad ca US\$ 3 000 förhoppningsvis skulle kunna betala sig på sikt.

Detta öppnar dessutom en annan möjlighet för ICD att sprida sin kompetens genom att man, i konkurrens med de kommersiella reklambyråerna, kunde sälja sin kunskap både vad gäller utformning och framställning av information till organisationer som behöver hjälp med att ta fram olika informationsprodukter t ex

flygblad. Här krävs troligtvis en viss utbildning inom ICD för att omsätta de allmänna grafiska kunskaperna till de mer specifika som gäller vid grafisk framställning med hjälp av persondator.

En fråga vi diskuterade en del var huruvida det låg inom en rimlig framtid en möjlighet att olika landsortstidningar och mindre organisationer kunde skaffa sig egen datautrustning med modem för att kunna koppla upp sig mot ICD:s dator och göra egna sökningar i pressarkivet. Idag sker all sökning på ICD som sedan "pappersvägen" förmedlar informationen. Tanken var dock att på längre sikt försöka skapa en abonnerad databas med möjlighet till direktsökning. Problemet med detta låg dels inom ICD vars datasystem knappast skulle räckta till dels på möjligheten att få tänkbara användare att införskaffa lämplig utrustning. Datautrustningen fanns i de flesta fall på plats, även om modem och programvara för kommunikation saknades, men telefonnätet kunde antas vara mindre pålitligt.

Jag presenterade då en möjlighet som brukar användas i Sverige. I stället för att låta användarna abonnera på en möjlighet till direktsökning låter man dem abonnera på all inmatad information distribuerad på diskett. För sökning krävs enbart en mindre programvara som skulle kunna levereras till olika användare i samband med att de tecknar ett abonnemang på disketter innehållande de sista filerna i pressarkivet. Sökprogrammet skulle kunna skrivas i Clipper ett programmeringsspråk som direkt skulle kunna läsa ICD:s databasfiler och som inte kräver att användarna har licens för någon programvara.

Övrigt program i Montevideo

Eftersom jag i tidigare kontakter med företrädare för ICD förklarat att en av mina förhoppningar med studieresan till Montevideo var att om möjligt få en bild av utvecklingen vad gällde användning av datorer inom de verksamheter där jag har möjlighet att jämföra med svenska förhållanden lades mitt program upp med tanke på detta. Dels ordnades studiebesök på en av de ledande dagstidningarna, El Dia, och en TV-station, Canal 4, dels tre studiebesök med starkare inriktning på mitt specialområde.

1. Möte med Maria del Carmen Rico de Sotelo, Universidad Catolica del Uruguay, dels i syfte att få en inblick i hur persondatorer användes inom utbildning och forskning inom detta universitet dels för att ge en allmän bild av hur situationen ser ut på svenska universitet. Det allmänna intrycket av besöket var att utvecklingsnivån på både hård- och mjukvarusidan var klart jämförbar med svenska förhållanden.
2. Besök på Marketing Investigadores Asociados som är ett av Montevideos två undersökningsföretag. Vid besöket diskuterades det praktiska arbetet med insamling, inmatning och bearbetning av undersökningsdata. På många sätt var metoder och problem desamma som gäller vid undersökningsverksamhet i Sverige. Man hade uppnått en hög grad av systematik i de ofta

rutinmässiga arbetsuppgifterna. Ett problem som vi på Avdelningen för Masskommunikation diskuterat en hel del i samband med att vi delvis övergått från stordator till persondatorer är rutiner för säkerhetskopiering. Detta visade sig vara något som detta stora undersökningsinstitut knappt funderat på.

3. Besök på den finansiella tidningen Guia Financiera. Denna tidning framställs helt och hållet på en persondator med desktop publishing- programmet Page Maker. Jag fick dels möjlighet att studera hur det praktiska arbetet med inskrivning och redigering gick till dels kunde jag hjälpa till att lösa några praktiska problem i samband med redigering.

Samarbete ICD - Avdelningen för Masskommunikation

Det framkom mycket snart vid mitt besök vid ICD att vi med datorn som förenande länk hade många gemensamma problem. I mitt arbete vid Avdelningen för Masskommunikation har jag bl a arbetat med ett databassystem för mediestatistik och med NORDICOM:s dokumentationsdatabas. Det system som valts vid ICD och det vi använder i Göteborg bygger på liknande principer för databashantering varför det utan större problem skulle kunna gå att överföra data. Detta ger en utmärkt förutsättning vid ett eventuellt fortsatt samarbete.

Samtidigt som jag försökte förmedla en del av våra erfarenheter i Göteborg insåg jag att jag även hade mycket att lära av de problemlösningar som valts i ICD:s system som till exempel det sätt på vilket de olika databassystemen integrerats med varandra.

Göteborg i maj 1989

Inegla Strid



TELEVISION

ESCRIBA LOS HORARIOS Y PROGRAMAS EN QUE VIERON T.V. EN EL HOGAR Y EN QUE HORARIOS VIO T.V. CADA INTEGRANTE DEL HOGAR

HORARIO	NOMBRE del PROGRAMA	CANAL									
		4	5	10	12						
- 7.30						43					43
30 - 8						44					44
- 8.30						45					45
30 - 9						46					46
- 9.30						47					47
30 - 10						48					48
- 10.30						49					49
30 - 11						50					50
- 11.30						51					51
30 - 12						52					52
- 12.30						53					53
30 - 13						54					54
- 13.30						55					55
30 - 14						56					56
- 14.30						57					57
30 - 15						58					58
- 15.30						59					59
30 - 16						60					60
- 16.30						61					61
30 - 17						62					62
- 17.30						63					63
30 - 18						64					64
- 18.30						65					65
30 - 19						66					66
- 19.30						67					67
30 - 20						68					68
- 20.30						69					69
30 - 21						70					70
- 21.30						71					71
30 - 22						72					72
- 22.30						73					73
30 - 23						74					74
- 23.30						75					75
30 - 24						76					76
0 - 0.30						77					77
0.30 - 1						78					78
1 - 1.30						79					79
1.30 - 2						80					80
2 - 2.30						81					81



SEMINARIO/TALLER

PAPEL E INTEGRACION DE LOS MOMENTOS TECNICO-PRACTICOS
EN LA LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL

Fecha: Jueves 2 de marzo

Lugar: Universidad de la República (en la mañana)

Instituto de Comunicación y Desarrollo (ICD)(de tarde)

Objetivos:

- Intercambiar experiencias relativas a la función, contenidos y otras características de los momentos técnico-prácticos y su integración en la Licenciatura en Comunicación Social.

Participantes:

Cr. Alberto Tisnes, Lic. Teresa Herrera, Prof. Graciela Prat, Prof. Hilia Moreira, Prof. Emilia Pérez Sautasieri, Dra. Gloria Levy, Prof. Mario Kaplún, Prof. Jorge Luis Orstein, Prof. Serruccio Musitelli, Prof. Sergio Israel, Secretaria de la Comisión Rita López de Largher, Dr. Lennart Weibull.

PROGRAMA:

10.00: Presentación del Taller - Alberto Tisnes

10.15: Relato de la experiencia del Depto. de Comunicación de Masas de la Universidad de Gotemburgo. Lennart Weibull.

11.00 Relato de la experiencia de la Universidad de la República. Jorge L. Orstein, Mario Kaplún y Teresa Herrera.

13.30 Almuerzo

15.00 Debate

18.00 Termina



SALIDAS PROFESIONALES

- El Técnico y el Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en su calidad de profesionales capacitados a nivel universitario tienen ante sí un amplísimo campo para actuar en los diversos sistemas de comunicación: en los órganos de la Prensa, diaria y periódica, la Radiodifusión, la Televisión, la Publicidad, las Relaciones Públicas, etc.
- Igualmente se les ofrecen oportunidades laborales en el área de la comunicación interna y externa y de las relaciones en el seno de las Empresas e instituciones, tanto del sector privado como del público.
- Del mismo modo se le brinda oportunidades en el campo de la creación, producción y difusión del mensaje y comunicaciones para los medios masivos, la educación, instituciones sociales, religiosas y otras.



CARRERAS 1989

COMUNICACION SOCIAL

PLAN DE ESTUDIOS

Primer Año

Introducción a los Medios de Comunicación Social
 Metodología del Trabajo Académico
 Teoría de la Comunicación I y II
 Lingüística y Expresión I y II
 Taller de Fotografía I
 Fenomenología del Hecho Religioso
 Taller de Comunicación Interpersonal I y II
 Arte y Sociedad I
 Dicción y Expresión
 Comunicación Visual I
 Psicología General
 Taller Gráfico

Segundo Año

Sociología de la Comunicación
 Comunicación Visual II y III
 Taller de Fotografía II
 Semiótica
 Técnicas Radiales I
 Publicidad I
 Taller Gráfico (opcional)
 Psicología Social I
 Medios Grupales de Comunicación
 Técnicas Periodísticas I
 Técnica y lenguaje Cinematográfico I
 Arte y Sociedad II

Tercer Año

Taller de Historia I y II
 Técnica y Lenguaje Cinematográfico II
 Publicidad II
 Técnicas Periodísticas II
 Técnicas Radiales II
 Opinión Pública I y II
 Historia de las Ideas
 Dantología
 Antropología Filosófica
 Psicología Social II
 • Técnicas Radiales III
 • Técnicas Periodísticas III
 • Técnica y Lenguaje Cinematográfico III
 • Publicidad

Cuarto Año

Ciencias Políticas
 Taller de Historia III
 Semiótica y Cultura de Masas I y II
 Políticas de Comunicación
 Economía (opcional)
 Metodología de la Investigación en Comunicación
 Filosofía de la Comunicación
 Seminario de Estadística aplicada a la Comunicación
 • Técnicas Radiales IV y V
 • Técnicas Periodísticas IV y V
 • Técnica y Lenguaje Cinematográfico IV y V
 • Publicidad IV y V

EQUIPAMIENTO

Por exigencias técnicas de la Carrera, los estudiantes deben realizar prácticas con equipos cuyo funcionamiento y manejo se aprende experimentalmente.

En el Departamento de Ciencias de la Comunicación Social se dispone de un Estudio de Radio y de TV, Sala de Redacción, y un Laboratorio Fotográfico, todos ellos equipados con modernos elementos de tecnología alemana y japonesa.

Título de Técnico: Aprobación de todas las asignaturas obligatorias hasta tercer año inclusive.

Título de Licenciado: Aprobación de todas las asignaturas obligatorias, de tres semestres consecutivos de las asignaturas con (*) y de la Carpeta de Grado.

Notas: — Las asignaturas opcionales se abren con un mínimo de 10 alumnos.
— La asignatura (*) elegida en tercer año se continúa en cuarto año.
— Pueden producirse modificaciones.
— Se realizarán Seminarios Extracurriculares de actualización.

Al estudiante se le ofrecen las **ORIENTACIONES** siguientes

- PUBLICIDAD
- TÉCNICAS RADIA
LES
- TÉCNICA Y LENGUAJE CINE TELEVISIVO
- TÉCNICAS PERIODÍSTICAS

PERFIL

Un **COMUNICADOR SOCIAL** es:

- un experto en el estudio, investigación y análisis de los fenómenos de la comunicación social;
- un especialista altamente calificado para la comprensión, análisis crítico y utilización de los medios de comunicación social convencionales y alternativos;
- un experto en Humanidad por su conocimiento de la Persona y de las Ciencias del Hombre;
- un profesional capacitado para la creación, elaboración y difusión de mensajes aptos para ser vehiculizados a través de los medios de comunicación.

SEMINARIO/TALLEREL INFORMADOR EN LA DÉCADA DEL '90: FORMACION Y ROL PROFESIONAL

Fecha: Lunes 6 de marzo

Lugar: Instituto de Cooperación Iberoamericano (ICI)
Tomás Giribaldi 2290 esq. Maggiolo. Tel: 41 27 40

Objetivos:

Presentar en nuestro medio la experiencia sueca en el campo de la Información Social y propiciar una primera discusión e intercambio de puntos de vista entre personas vinculadas a instituciones de diverso carácter interesadas en la materia: centros de enseñanza, organizaciones no gubernamentales, agencias del Estado y medios de comunicación.

Participantes:

Carmen Tornaría (PLEMUU), Sergio Miglioratta (Foro Juvenil), Pablo Guarino (CCU), Cristina Espino (IPRU), Serrana Rubini (CUDECOOP), Jorge Erranouspe (PIT-CNT), Miguel Lagrota (Instituto del Libro), Silvio Moreni (COCAP), Raúl Gadea (SODRE), Diego Silva (Dirección de Comercio), Carmen Rico (Universidad Dánaso A. Larrañaga), Jorge L. Ornstein (Universidad de la República), José L. Vera (EX UTU), Aquiles Guido (As. de Periodistas Científicos), Andrés Alsina (El Día), Aureliano Rodríguez Larreta (ICI), Antonio Mercader (La Mañana), Luciano Alvarez (CLAEH), Eduardo Rebollo (CLAEH), Lennart Weibull (Universidad de Gotemburgo), Ingela Strid (Universidad de Gotemburgo), Sara Lerena (ICD), Fernando Barreiro (ICD), Anabel Cruz (ICD), Alejandro Lerena (ICD).

PROGRAMA:

- 10.00: Presentación del Seminario
- 10.15: "El Informador en la década del '90". Lennart Weibull.
- 11.00 Intervenciones de Andrés Alsina y Luciano Alvarez.
- 13.30 Almuerzo
- 15.00 Debate
- 18.00 Termina



Instituto de Comunicación y Desarrollo
Rincon 610, piso 5 Tel. 96 07 45
Montevideo - Uruguay

SEMINARIO/TALLER

EL INFORMADOR EN LA DECADA DEL '90: FORMACION Y ROL PROFESIONAL

LISTA DE INVITADOS

Luciano Alvarez
Investigador
CLAEH
Zelmar Michelini 1220
Ciudad

Andrés Alsina
Periodista
EL DIA
18 de Julio 1297

Antonio Mercader
Periodista
LA MAÑANA
Rio Negro 1028

ORGANISMOS DEL ESTADO

Raúl Gadea
Director
Servicio Oficial de Difusión Radiotelevisión y Espectáculos
SODRE
Sarandí 450
Ciudad

Silvio Moreni
Director
Consejo de Capacitación Profesional (COCAP)
Avda. Rondeau 2024
Ciudad

Miguel Lagrota
Responsable de Información
Instituto Nacional del Libro
San José 1116
Ciudad

Diego Silvia
Asesor en Información
Dirección de Comercio
25 de Mayo 737



Instituto de Comunicación y Desarrollo
Rincón 610, piso 5 Tel. 96 07 45
Montevideo - Uruguay

ORGANIZACIONES

Carmen Tornaría
Responsable de Información
Plenario de Mujeres del Uruguay (PLEMUU)
Avda. Uruguay 1555
Ciudad

Sergio Miglioratta
Director
Foro Juvenil
Maldonado 1260
Ciudad

Pablo Guarino
Presidente
Centro Cooperativista del Uruguay (CCU)
Dante 2252
Ciudad

Cristina Espino
Editora
Instituto de Promoción Económico y Social del Uruguay (IPRU)
Colonia 2069
Ciudad

Serrana Rubini
Secretaria
Confederación Uruguaya de Centrales Cooperativas (CUDECOOP)
Avda. Uruguay 917, Piso 1
Ciudad

Jorge Erramouspe
Responsable de Información
Central Sindical Uruguaya (PIT-CNT)
Rio Negro 1210
Ciudad

Aureliano Rodríguez Larreta
Responsable de Información
Instituto de Cooperación Iberoamericano (ICI)
Tomás Giribaldi 2290

Eduardo Rebollo
Responsable de Información
Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH)
Zelmar Michelini 1220



Instituto de Comunicación y Desarrollo
Rincón 610, piso 5 Tel. 96 07 45
Montevideo - Uruguay

Aquiles Guido
Presidente
Asociación de Periodistas Científicos
Casilla de Correo 17446, Montevideo

CENTROS DE ENSEÑANZA

Carmen Rico de Sotelo
Directora del Departamento de Comunicación
Universidad Dánaso A. Larrañaga
Avda. 8 de Octubre 2738
Ciudad

Jorge L. Ornstein
Coordinador Académico
Licenciatura de Comunicación
Universidad de la República
Avda. 18 de Julio 1868
Ciudad

José Luis Vera
Profesor del Curso de Periodismo
Consejo de Educación Técnico Profesional
Canelones 1836
Ciudad



Instituto de Comunicación y Desarrollo
 Buncón 610, piso 5 Tel. 96 07 45
 Montevideo - Uruguay

CENTRO DE INFORMACION Y DOCUMENTACION EN CIENCIAS DE LA

 COMUNICACION

OBJETIVOS DIRECCIONALES

- 1) Centralizar y hacer accesible el mayor número de documentos -en los más diversos soportes- referentes al área de las Ciencias de la Comunicación
- 2) Relevar y difundir la elaboración e investigación realizada en Uruguay en el área de las ciencias de la comunicación.
- 3) Ser y propiciar un ámbito de elaboración y análisis de la información.
- 4) Ser auxiliar y promotor de la investigación sistemática en el área de las Ciencias de la Comunicación.
- 5) Ser depositario del control bibliográfico del área.
- 6) Apoyar la tarea de centros de enseñanza, grupos de trabajo, estudiantes, periodistas, medios de comunicación y organizaciones sociales.
- 7) Propiciar la conjunción de esfuerzos dispersos en el área de las Ciencias de la Comunicación.
- 8) Incorporar y promover la información contenida en la prensa como una fuente insustituible en el área del centro.
- 9) Vincular los esfuerzos del área al trabajo internacional, promoviendo nuevas estructuras de cooperación e integración.

OBJETIVOS OPERACIONALES

- a) ACOPIO de información pertinente: libros, p.p., literatura gris, marco legal, perfiles de entidades, personas y proyectos, artículos de prensa, videos, diapositivas, grabaciones.
- b) RELEVAMIENTO de la información existente en entidades que destinen sus esfuerzos a la investigación o enseñanza en el

área de las Ciencias de la Comunicación.
Identificación de esas entidades, caracterización de sus unidades de información, creación de formato de descripción.

c) PROCESAMIENTO accesible de la información para una mayor y mejor utilización de los recursos.

d) DIFUSION de: 1) la actividad del ICD y 2) la información contenida en CID, (boletín periódico y auspicio u organización de eventos).

e) COORDINACION y COOPERACION con otras unidades del área con el propósito de no duplicar esfuerzos, (adopción de programas internacionales de registro documental, o valoración de programas de conversión)

f) EMISION en forma subsidiaria de directorios de fuentes pertinentes y otros recursos. (según ISO 2146- 1972)

g) EMISION de una revista de carácter institucional con dos propósitos: 1) difusión de la producción académica del centro y 2) intercambio de publicaciones.

PRIORIDADES

1- Proceder al análisis de las necesidades de información de los usuarios. Medir los usuarios reales y potenciales. Quiénes serán los usuarios?

Qué darles que no se les proporcione ya?

- * búsquedas retrospectivas
- * búsquedas remotas
- * búsquedas booleanas
- * búsquedas en línea

Tipos de usuario

* investigadores del área: con que han contado hasta ahora en el plano nacional e internacional?

* estudiantes: estudio de las exigencias curriculares y su grado de satisfacción.

* docentes: estudio de las exigencias curriculares; constante actualización; posibles perfiles (DSI).

* periodistas: ética; colegiatura profesional; legislación; marco referencial; orientación en las fuentes.

Qué debenos saber ?

* áreas de interés (las más importantes, las menos trabajadas en el país)

- * autores de interés (los más citados o mencionados en bibliografías)
- * organismos (cuyas publicaciones son relevantes)
- * grado de satisfacción de esas necesidades
- * grado de elaboración de la información existente

Cómo saberlo?

- estudio de la información existente (procesada y no procesada)
- entrevista con usuarios
- lectura de programas y proyectos
- evaluación de los servicios ya suministrados (retroalimentación)
- estudio de las bibliografías utilizadas por el usuario
- estudio de las solicitudes de los usuarios

Cuadro de problemas detectados hasta hoy

Dificultades -----	Posibles respuestas -----
* desactualización de las colecciones	* obras de referencia coordinación de las compras
* Dificultades de actualización del usuario	* boletín de novedades lista de adquisiciones DSI
* Carencia de recopilaciones bibliográficas	* Resúmenes analíticos, listados, índices
* superposición de información, poco análisis	* resúmenes analíticos, selección y evaluación
* buena información en otros idiomas	* abstracts en inglés o en castellano servicio de traducciones
* inadecuación del formato o presentación de los datos	* adecuación a ISBD boletines-informes planillas electrónicas
* mucha información poco tiempo para elaborarla	* servicio de preguntas y respuestas
* dificultades en obtener documentos	* publicaciones propias fotocopias obtención de artículos en el exterior

FUNCIONES

RECOLECCION documentos-datos-informaciones del documento o su equivalente de registro (información remota de acuerdo a su soporte)

PROCESAMIENTO sencillo, registro de autores o entidades
tematización rigurosa (verificación constante)
dos tesauros + lenguaje natural
resumen pasible de ser descriptivo e incluso sustituir al documento

ALMACENAMIENTO Archivo maestro salida normalizada
despliegue de pantalla
formato inventario

RECUPERACION archivos inversos

DIFUSION publicaciones, reproducciones, DSI, Traducciones

CREACION DE INFORMACION revistas, monografías, seminarios, estudio

SERVICIOS

- Consulta

- Prestamo se debe establecer accesibilidad: quién puede solicitar el material; qué material es de uso restringido; tipos de préstamo (sala, domicilio, fotocopias); cuántos documentos se prestan y lapso? elección de sistema de préstamo; adopción de sistema de reserva.

- Referencia Bibliográfica

- Orientación en las Fuentes

- Traducciones

- Bibliografías a pedido (anual en curso)

- DSI delimitación de los destinatarios del servicio

PRODUCTOS

Manuales

Boletines de actualización

Publicaciones

Publicaciones Periódicas

Listas de Adquisiciones

Directorios

Reseñas de Eventos

Secuencia del proceso:

- 1- determinación de las necesidades del/los usuarios
- 2- búsqueda de la información, conocimiento de otras unidades, Circulo de la Prensa, Asociación de la Prensa Uruguay, Instituto de Estudios Sociales, UCUDAL, Universidad de la República.
- 3- obtención de información sobre otras fuentes (catálogos-bibliografías (Anuario Bibliográfico Uruguayo, Bibliografía Uruguay, repertorios internacionales de fuentes)
- 4- adquisición de documentación faltante en el medio.
- 5- registro y verificación
- 6- productos
- 7- servicios

Criterios para la toma de decisiones en la selección.

- * límites, profundidad, actualización y organización de las colecciones
- * tipo de soporte de registro- compatibilidad de los sistemas
- * soporte del documento ej. videos
- relación colección - programas de investigación
colección - programas curriculares
- * criterios de suministro de servicios
- * volumen de los recursos asignados
- * clientela a servir prioridades
- * relaciones jerárquicas del servicio
- * adiestramiento de usuarios
manejo de obras de referencia, conversión de
descriptores, uso de índices y publicaciones oficiales,
búsquedas complejas.
- * relaciones jerárquicas del servicio
- * relaciones de paridad con otros centros

OBJETIVOS ESPECIFICOS Y ACTIVIDADES

A) acopio de la información bibliográfica del Instituto, criterios de selección basados en el relevamiento de la información de las entidades más significativas del medio en

cuanto a acervo documental, revisión de catálogos de bibliotecas, centros y editoriales así como de fuentes de referencia. Adquisición por compra, canje, donación de otras obras.

Registro de las p.p. Supone: ordenación, sellado, identificación, registro de su periodicidad en unidades móviles, creación de archivos, y analíticas selectivas de los número secuencial -implica decisión de formato, asiento y registro-, asignación de descriptores (OCDE-CC), elaboración del área de notas. Archivos inversos: acceso por título, autor/es, descriptores, tipo de material. Preparación del material para el préstamo. Emisión de boletín de noticias (citas bibliográficas).

B) Registro del relevamiento de otras fuentes de información con material bibliográfico sobre el tema, que fue apoyo de la selección. Creación de Archivo de Recursos. Ordenación física en Archivador Vertical. Obtención de archivos por convenio. Registro bases de datos que remiten a fuente remota. Inicio de Catálogo Colectivo.

C) Registro de "Materiales en otros soportes": memoria oral, diapositivas, videos, películas, grabaciones. Búsqueda, obtención del documento o de su referencia y localización, archivo, registro y tematización, catálogo como producto subsidiario. Vinculación con entidades como el Archivo de la Palabra, Cinemateca Uruguay.

D) Organización de un archivo de prensa con descriptores comunes a los otros archivos. Selección de fuentes, revisión diaria de la prensa, selección de artículos periodísticos, identificación, tematización y área de resumen o notas. Registro, archivos inversos, confección de perfiles de usuario.

E) Inventario de grupos, organizaciones informantes y de sus áreas de trabajo, proyectos y productos bibliográficos. Pretensión de exhaustividad (fases). Recolección de la información mediante entrevista (registro en formato). Estandarización de la información, traducción a descriptores. Registro, archivos inversos. Confección de directorios. Adopción del Archivador Vertical (Archivo de Recursos)

F) Revista. Pautas para la confección de los artículos. Según normas ISO Artículos normalizados. Canje, donación.