

Comunicación y Sociedad

Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

PRESENTACIÓN

GUILLERMO OROZCO GÓMEZ¹

La investigación empírica de la comunicación, sus usos, medios, sujetos, artefactos, dimensiones, procesos y escenarios, cada vez más constituye un esfuerzo académico variado y sostenido en el ámbito iberoamericano. Los artículos de este número de *Comunicación y Sociedad* conforman un buen ejemplo de ello. La variedad de temas, enfoques y resultados vertidos en estas páginas evidencian que lo comunicativo como complejidad que envuelve y cada vez más distingue el intercambio societal contemporáneo, es fuente y a la vez objetivo importante de exploración desde la academia.

No obstante la variedad acotada de los temas abordados, hay un espacio de convergencia transtemático importante, presente en la mayoría de los textos que componen este número: la problematización de subcampos de estudio, acompañada de una propuesta específica, críticamente sustentada, en la que con oficio inquisitorio, las autoras y autores aquí reunidos recrean sus objetos de estudio. No se trata sólo de ofrecer resultados concretos de investigaciones pertinentes en sí mismas, sino de hacerlo dentro de un planteamiento que da cuenta de tradiciones de abordaje a partir de las cuales se distinguen y sugieren nuevas perspectivas.

Hay entonces en cada artículo una manera particular, rigurosa y provocadora a la vez, de hacer sentido de preguntas antiguas y recientes y de formular objetos de investigación correspondientes. Para esto se pre-

¹ Universidad de Guadalajara, México.
gorozco@cencar.udg.mx

sentan diseños alternativos, se discuten y aplican estrategias metodológicas diferentes, se hacen vinculaciones teóricas inéditas y se ofrecen otros escenarios de abordaje empírico.

Esta convergencia alcanza e incluye también la selección y estilo de las reseñas de libros que completan el número, ya que estos textos fueron escogidos con consciencia, tanto de su aportación creativa a los temas objeto de los artículos, como de su contribución particular a una forma de investigación crítica y propositiva de entender, sobre todo, esa vinculación poliforme entre audiencias y medios.

El número abre con un artículo de Raúl Fuentes centrado en lo que el propio autor denomina “perfiles de producción y reproducción académica” en el campo de la comunicación. Es a través de un análisis bibliométrico pero contextualizado —y aquí la novedad y aporte del artículo— que el seguimiento acucioso de los “usos” de otros autores y sus obras referidas en las tesis de maestría permite al autor explorar la constitución de redes y la misma generación de conocimiento en la producción académica de posgrado en México. Con cautela, las conclusiones generadas se presentan más como hipótesis que como hallazgos contundentes, lo cual no eclipsa la posibilidad de inferencias que incluso trasciendan el caso mexicano para entender la constitución y direccionalidad futura de lo comunicativo, siempre bajo ciertas condiciones de producción de su conocimiento.

El segundo artículo de Gabriel Moreno cuestiona el “nacionalismo metodológico” con el que se ha investigado comúnmente a sujetos natos en los territorios abordados. La tradición del multiculturalismo es problematizada en este artículo por no responder a las condiciones contemporáneas en las que se encuentran diferentes individuos y colectividades en un mundo de globalización creciente. En la investigación que sustenta este artículo se incorpora y propone una categoría distintiva: “audiencias transnacionales”, recuperando la tradición de estudios cualitativos de recepción, donde lo que se enfatiza es precisamente esa dimensión emergente que no está cabalmente identificada ni con identidades nacionales ni con subculturas minoritarias cada vez más excluyentes y deterministas, sino que las trasciende recuperando a la vez el vínculo con los lugares de origen de los sujetos y sus fusiones con los actuales.

En el siguiente artículo, Jerónimo Repoll aborda la recepción televisiva en escenarios diferentes a los habituales para el estudio de las audiencias. Éstas, al igual que en el artículo anterior, se reivindican como sujetos interactuantes, vigentes aun bajo distintas condiciones de interacción mediática. El autor problematiza y a la vez recrea con investigación empírica fresca en mercados públicos, esa creencia estandarizada de que la interacción entre audiencias y televisión está relegada principalmente al hogar. La cada vez mayor omnipresencia de la televisión en las sociedades actuales y las “televidencias” de segundo y tercer orden que se efectúan en cualquier intercambio televisivo, desafían su exploración y entendimiento en escenarios varios, donde se registran otras mediaciones o inciden factores y condiciones distintos a los tradicionales en los procesos de uso y consumo de la televisión, y en suma, en la creación cotidiana de cultura.

Con la intención de trascender la mera medición cuantitativa de la concentración en el mercado de señal televisiva restringida, y ante la próxima digitalización, Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa proponen una vinculación conceptual y metodológica por la cual puedan observarse, junto a lo estrictamente mercantil, las condiciones que carga y las consecuencias para la competitividad en este mercado televisivo por una parte, y por otra, las incidencias que una alta concentración conlleva para la pluralidad y novedad de los contenidos de la oferta programática. Hay varios fenómenos políticos y culturales, así como condiciones histórico-estructurales que componen simultáneamente esta concentración, por lo que —señalan— dar cuenta de ella supone un esfuerzo investigativo más integral, que abandonando actitudes ingenuas, relacione y formule interpretaciones de mayor complejidad, sustentadas siempre en las mediciones consideradas imprescindibles.

Los diferentes artefactos de intercambio informativo, como el teléfono celular, que componen ese conjunto identificado como nuevas tecnologías de información y comunicación son en este artículo de Ana Luz Ruelas cuestionados en su novedad para la investigación. La autora propone remontarse a los orígenes mismos de la telefonía fija, para explorar ahí aspectos sustantivos que caracterizaron y distinguieron a este canal comunicacional, que al parecer han quedado sin atención científica ni comprensión adecuada. A diferencia de otros acercamientos de

investigación a la tecnología celular –reconocidos por la autora– que enfatizan lo novedoso de la misma y su potencial para la comunicación, la propuesta en estas páginas, por el contrario, apunta a indagar sobre las permanencias que se mantienen como estrategia para revelar las divergencias y sus condiciones de materialización en los intercambios entre los usuarios con la telefonía móvil.

En su artículo, Silvia Gutiérrez hace un recorrido crítico y minucioso por varias propuestas de autores reconocidos en el campo del análisis del discurso. Deconstruye sus modelos para proponer uno propio, distinto, que aunque retoma elementos importantes de los otros, incorpora creativamente una estrategia integradora de los tres niveles analíticos que se proponen como necesarios para una investigación relevante. Aquí se incluye la dimensión de las condiciones de producción de los propios discursos a ser analizados. Además de sustentar epistemológica y teóricamente esta perspectiva, la autora la aplica a casos concretos, donde analiza y compara dos textos editoriales de la prensa mexicana, mostrando lo que resulta de una investigación que conlleva su perspectiva.

En el último artículo su autora, María Teresa Nicolás, hace una exploración poco usual para la investigación de la comunicación, en la medida que se enfoca en una propuesta de multiculturalidad cuyo origen no se ubica en las ciencias sociales, sino en la literatura. Así, esa “persona multicultural”, basada en una composición de elementos culturales que delinea el premio nobel de literatura Amin Maalouf, y que de hecho ha usado para caracterizar a varios de sus personajes en sus múltiples narrativas, es deconstruida y propuesta aquí por la autora como posibilidad para constituir una identidad también colectiva que permita generar una multiculturalidad realista y más efectiva, más idónea también para las interacciones comunicativas contemporáneas.

Finalmente, las reseñas que completan este número abordan cuatro obras sustantivas relacionadas entre sí y con la investigación de las audiencias y los procesos de consumo. La primera de ellas escrita por Rodrigo González Reyes: *Nacidos para comprar: los nuevos consumidores infantiles*, que se enfoca especialmente en el consumismo que involucra a las audiencias de menores desde la pantalla televisiva. La segunda reseña a cargo de Adriana Rodríguez: *Into the minds of babes. How screen time affects children from birth to age five*, que de manera inusual explo-

ra la programación televisiva producida y difundida especialmente para audiencias de este rango de edad y sus interacciones con los padres de familia. La tercera reseña a cargo de Verónica Pérez Serrano: *The body and the screen, theories of Internet spectatorship*, que también de manera inusual explora esos otros factores, como los corporales y materiales que condicionan las interacciones de personas con Internet. Finalmente, Natalia Elizabeth Ortalejo Hernández nos introduce al libro *Robinson Crusoe ya tiene celular*, que aborda las múltiples formas en la que los jóvenes se mantienen conectados a Internet.