

Comunicación y Sociedad

Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

PRESENTACIÓN

ARMANDO MARTÍN IBARRA LÓPEZ¹

La nueva experiencia de dirigir una revista de manera colegiada es una característica de este número 12 de *Comunicación y Sociedad*. Las opiniones de los colegas, en esta dirección participativa, nos han llevado a retomar lo mejor de la obra anterior e iniciar nuevas formas de trabajo, buscando el consenso en las decisiones y, sobre todo, afinando la calidad de la producción editorial.

Los trabajos que presentamos en el presente número contienen puntos de vista sobre diferentes temas, enfoques, espacios de producción y experiencias de investigación que explican distintas realidades y objetos de estudio. Si algo los caracteriza es, sin duda, el referente al análisis del proceso comunicacional en la constitución de la sociedad y la cultura contemporáneas, mediante dos vertientes: la mediática y la interpersonal.

El artículo de Sarah Corona (Universidad de Guadalajara), con un título por demás metafórico: “Dibujar dioses en dos contextos comunicativos”, trata de responder creativamente, en su sentido más general, al impacto de la televisión y la Internet, como una forma de aprendizaje comunicativo para interpretar, construir y representar el mundo actual. Su estudio se centra en dos grupos de jóvenes de entre 12 y 15 años, de dos entornos culturales diferentes, uno formado por indígenas del pueblo huichol, y otro que es un grupo del sector medio-bajo urbano de Guadalajara.

¹ Universidad de Guadalajara, México
Correo electrónico: armandoibarra60@hotmail.com

Bajo la premisa teórico-metodológica de que la imagen muestra las caras de la diferencia, no trata de representar los contrastes religiosos, sino mostrar las formas en que dibujan un mismo referente escrito, Corona encuentra en los dibujos elaborados, después de describirles a un dios huichol, que los dos grupos representan gráficamente, desde su percepción cultural. Los dibujos de los jóvenes indígenas expresan su marginación del mundo occidental, mediático y lejano a la cultura audiovisual, representando una realidad mágica desde sus referentes campiranos, donde lo teológico es asociado a la ancianidad y a la feminidad; por su parte, los dibujos de los jóvenes urbanos, ilustraciones de ilustraciones, reproducen el encuadre, el estilo y el soporte de las pantallas; se trata de dibujos animados casi salidos de videojuegos, de guiones mediáticos y de su vida cotidiana, cuya descripción teológica deja ver un dios masculino, y cuando es referido a lo femenino es representado por la belleza y la juventud.

“Elecciones, medios y publicidad política en América Latina: los claroscuros de su regulación”, se titula el artículo de Francisco Aceves (Universidad de Guadalajara), resultante de una investigación sobre las legislaciones electorales vigentes en el 2006 de 19 países latinoamericanos. Aceves parte de una explicación breve pero concisa de la historia del *marketing* y la publicidad política en estos países. Desde la década de 1980, replantea el debate sobre la americanización de esta disciplina aplicada a la promoción y comunicación política, y de una manera breve nos explica el contexto sociopolítico que están viviendo los países implicados en el estudio, en sus procesos de democratización.

La metodología utilizada en este trabajo identificó con precisión algunos aspectos relacionados con la regulación que sufren las campañas políticas mediáticas, mediante un análisis preciso y detallado sobre los elementos que se norman, prohíben y sancionan; sin duda, esta reflexión sobre lo tolerado y lo no permitido por las legislaciones puntualizó una clasificación de los países por rangos de regulación.

Los resultados del análisis realizado por Francisco Aceves son importantes para explicarnos los procesos que viven los países de América Latina en la búsqueda por consolidar sus democracias. El hecho de que se incorpore en nueve legislaciones la regulación sobre las tarifas que las empresas de medios imponen a la publicidad política, demuestra la

importancia que la publicidad mediática ha venido adquiriendo en los últimos años en las contiendas electorales. Sin duda, estas reflexiones de Francisco Aceves abren líneas importantes no sólo como retroalimentación para los ámbitos legislativos o del propio *marketing* político, sino para entender los procesos de la comunicación política mediática, implicada en la explicación de la democracia moderna.

En el artículo “Cruzadas audiovisuales: metodología heurística para un análisis semántico-cognitivo del *spot* electoral”, Oquitzin Aguilar Leyva (Universidad de Guadalajara), propone un tipo de análisis desde la semántica cognitiva contemporánea, así como de algunas herramientas heurísticas para examinar el sentido del discurso audiovisual. Desde la teoría del lenguaje verbal avanzado de Gilles y Turner, influenciado por las proposiciones neurobiológicas, la noción de representación distribuida y la teoría de la metáfora cognitiva de Lakoff y Johnson, constituyen los referentes del marco teórico.

Las herramientas para examinar un texto audiovisual y las propuestas de una complicada metodología para develar relaciones entre el lenguaje audiovisual, la persuasión política y el pensamiento, se explican de forma detallada y didáctica mediante el análisis de un *spot* de la campaña electoral presidencial del año 2000 en México. La lectura metafórica, la visión del futuro anticipado, la lectura contrafactual y el análisis eólico del *spot* son por demás interesantes y proponen líneas de análisis para este tipo de objetos de estudio. La propuesta se basa en la universalidad de los principios encontrados para comprender las relaciones entre las operaciones mentales y los soportes audiovisuales que articulan los mensajes políticos, de manera que tiene carácter de transferibilidad a ejemplos de naturaleza diversa.

El trabajo de Frida Rodelo, egresada de la Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad de Guadalajara, que lleva por título “Periodismo en entornos violentos: el caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa”, aborda la problemática de la limitación del ejercicio de la libertad de expresión en los periodistas de Culiacán, partiendo de la idea de que la violencia y las limitaciones del periodismo están relacionadas con las debilidades de la democracia. La autora propone una caracterización del periodismo precavido efectuado por los periodistas. Para abordar el fenómeno de la limitación del ejercicio de la libertad de prensa en

Culiacán se parte de tres ejes hipotéticos: la economía de la prensa, la economía prensa-poder y el entorno de violencia.

Debido al ambiente de violencia e impunidad que se vive en la ciudad de Culiacán, cuyos rangos son, entre otros, la alta participación del crimen organizado, la constante violencia, la corrupción y el lavado de dinero, se vuelve necesario que los periodistas busquen protegerse y cuidarse en su práctica laboral. Como resultado del análisis sobresalen dos prácticas principales de este periodismo basado en la autocensura: la primera preocupación de los periodistas es de carácter económico, ya que las empresas periodísticas dependen directamente de la publicidad gubernamental, y la segunda es la falta de seguridad debido a que los periodistas deben reportar los hechos cotidianos de manera precavida por temor al entorno violento que se vive en la ciudad de Culiacán.

Francisco Sant’Anna, periodista y maestro de la Universidad de Brasilia, presenta el trabajo “¿Quién hace la noticia en el Parlamento brasileño? Análisis comparativo de las rutinas de los *newsmakers* del Senado federal”, en el que analiza el perfil socioprofesional que adoptan dos grupos de periodistas: los emanados de la prensa tradicional –también llamados sectoristas– y los contratados por las fuentes del Senado federal (MFSF). En el perfil que se describe se analizan las características sociales, las influencias y preferencias culturales, la vocación profesional y los valores deontológicos en su práctica profesional.

Los resultados muestran que el patrón social de los dos grupos es similar, exceptuando lo que se refiere al nivel de educación universitaria, distribución racial y modo en que ejercen sus valores y su ideología. Sant’Anna cuestiona duramente lo que denomina “parámetros personales *versus* patronales”; por ejemplo, encuentra que el grupo de periodistas del Senado cuenta con una libertad en la producción de noticias más limitada. El autor denomina a este periodismo *legalista*, debido a que los periodistas no suman reflexión u opinión personal de los hechos a las emitidas por las propias fuentes, sino que responden de manera rápida y casi siempre ligados a la imprecisión del dato, es decir, detectó que se hace un periodismo estrechamente vinculado a intereses corporativos. Asimismo, el trabajo se cuestiona sobre el surgimiento de un “periodismo de influencia”, entendido este como uno que busca el convencimiento social.

Sant'Anna apunta la importancia del papel que juegan los medios de las fuentes del Senado como contribuyentes de un proceso de transparencia, además de que los profesionales de la prensa tradicional otorgan credibilidad al contenido informativo que se difunde en los MFSF, ya que en muchos casos han sido los medios de las fuentes los que han dejado ver temas de importancia social que, sin embargo, han sido omitidos por la prensa tradicional.

En el artículo “Estrategias para superar las barreras idiomáticas entre el personal de salud-usuario de servicios de salud pública en España, Estados Unidos y México”, Miguel Figueroa-Saavedra, del Instituto de Salud Pública de la Universidad Veracruzana, con contundentes ejemplos explica el problema lingüístico y de barreras comunicativas por el que atraviesan el médico y el paciente de contextos culturales diferentes. Analiza los marcos legales, las estrategias, los recursos y las buenas prácticas que se están desarrollando para superar esos desencuentros, barreras y hasta incomunicación que se presentan en el ámbito de la comunicación de la salud, en países multiculturales y plurilingüísticos.

Resalta el autor las diferentes alternativas que se han propuesto para resolver los desencuentros lingüísticos entre médicos y pacientes, cuidando que no se imponga la uniformidad lingüística y se reconozca la diversidad cultural, buscando facilitar la comunicación plurilingüe a través de diversas estrategias. Detecta que las principales dificultades que implican una pobre o imprecisa comunicación entre médico y paciente son la falta de diagnósticos médicos adecuados, la incompreensión del tratamiento indicado y, en general, una situación de inequidad y desamparo legal en este renglón. Las alternativas de solución abordadas que resaltan en este artículo son la capacitación lingüística para el personal de salud, la contratación de traductores, la generación y aplicación de guías de conversación y el uso de traductores electrónicos. Cualquiera de estas alternativas, sugiere Figueroa-Saavedra, suponen un marco normativo y la decisión de destinar recursos humanos, económicos y materiales con profesionalismo, todo como base del respeto a la muticulturalidad.

Tres investigadores de la Universidad Complutense de Madrid, José Carlos Rueda Laffond, Carlota Coronado Ruiz y Raquel Sánchez García, nos presentan el artículo “La historia televisada: una recapitula-

ción sobre narrativas y estrategias historiográficas”, en el que exponen cómo las narrativas históricas, al estar vinculadas a la producción y lenguaje televisivo, han presentado alternativas innovadoras alejadas de las tradicionales que proceden del libro. Es obvio que la televisión ha sido una instancia testificadora, que propone determinadas categorías y configuraciones sobre la actualidad; sin embargo, dicen los autores, la evocación televisiva del pasado estaría acompañada por un innegable potencial de evidencia referenciadora.

Historiadores y productores de televisión han hecho frente, de manera innovadora, a este objeto de trabajo en diferentes ocasiones y en países distintos. Una de las principales críticas que se hace a este tipo de televisión —a decir de los autores—, está asociada a los procesos de simplificación y esquematización que vulneran la complejidad y la multicausalidad aplicadas a la explicación académica de procesos o acontecimientos de la historia. De igual forma, se ha venido constituyendo una línea importante de investigación, dentro de la cual se articula este trabajo, que ha venido cristalizando un marco de referencia alrededor de la televisión popular como categoría historiográfica, y sustentando cómo las producciones televisivas historiográficas responden sociopolíticamente a los diversos contextos históricos, de acuerdo con posturas políticas, el cambio político o las mutaciones socioculturales.

Aun cuando existe una oferta importante de miniserias televisivas de origen estadounidense y británico, existe en España una producción importante de diversas variantes temáticas o narrativas enraizadas en las tradiciones cinematográficas. Dos son los ejemplos de producciones televisivas españolas que incluyen parte del análisis del programa *Cuéntame cómo pasó*, que ha situado sus tramas en el contexto de los últimos años sesenta y la década de 1970, coincidiendo con la fase final del franquismo y el arranque de la transición democrática; y “Amar en tiempos revueltos”, una extensa telenovela sobre la vida cotidiana en Madrid, en el periodo dibujado entre la Guerra Civil y los primeros años cincuenta.

Por último, incluimos dos interesantes reseñas de compañeros investigadores de España: la realizada por Maite Gobantes Bilbao, al libro de Leonarda García Jiménez: *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*, publicado en 2007 por Tecnos; y la colaboración de D. Jon Mu-

relaga Ibarra, quien reseña el texto de Carmen Peñafiel Saiz, titulado *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*, publicado por la Universidad del País Vasco y Zarautz, también en el año 2007. Ambas reseñas invitan a leer un panorama descriptivo sobre la realidad de la investigación de la comunicación en España y sobre los cambios recientes que han sufrido la radio y la televisión en Europa.