

Comunicación y Sociedad

Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

PRESENTACIÓN

ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ*

Este número de *Comunicación y Sociedad* cubre un vasto territorio, tanto conceptual como empírico y aun geográfico. Hay en él un amplio derrotero por diversos medios, campos y aspectos en el estudio de la comunicación pública, social, interpersonal e intercultural. Tal como ha ocurrido desde hace casi veinte años desde que se instituyó esta revista, seguimos poniendo a merced del lector aportaciones tanto conceptuales y ensayísticas como informes de investigación empírica. Así, *Comunicación y Sociedad* contribuye a las ciencias sociales y a las llamadas ciencias de la comunicación no solamente con la elegante especulación y el verbo grandilocuente, sino también con la modesta prueba del dato que, para bien o para mal, cuando está bien construido (rigurosamente, con plausibilidad metodológica), y bien interpretado (teórica y lógicamente adecuado), es central para el avance del conocimiento de lo real. Personalmente, al presentador le enorgullece este aspecto de la revista, que intenta constituir un equilibrio entre la filosofía, la teoría y la especulación ensayística y el análisis empírico, ya sea de naturaleza más descriptiva o de corte más interpretativo o explicativo.

En el primer artículo, Guillermo Orozco analiza, a grandes rasgos, el recorrido de la telenovela en México para ubicar las nuevas propuestas narrativas y estéticas del laureado género televisual, ejemplifican-

* Universidad de Guadalajara.

Correo electrónico: enrisanchez@prodigy.net.mx

do con la exitosa “Rebelde”, que recientemente terminó su ciclo de “primera corrida” en la televisión mexicana. Sobresale el que quizás la telenovela, como forma cultural y estética, sea cada vez menos importante, de frente a su propia capacidad mercadotécnica y su carácter de mercancía.

El aporte de Magalí Muriá y Teófilo Chávez nos presenta un análisis sin grandes pretensiones conceptuales, pero con una base empírica sólida, de cómo la prensa fronteriza, de la ciudad de Tijuana, representa a los “vecinos del norte”. Hay tanto sorpresas como obviedades entre los hallazgos que, no obstante, son importantes para conocer cómo los medios contribuyen a la semantización de una realidad que tan cerca-namente nos involucra y nos afecta, como es la vecindad con Estados Unidos. El siguiente trabajo nos lleva al sur, con las imágenes que a duras penas construye la prensa brasileña del resto de América Latina. El periodista e investigador brasileño Francisco Sant’ Anna nos corrobora cómo, ayudados por las agencias transnacionales de noticias, los periódicos de su país reducen “Latinoamérica” a unos pocos de los 21 países que la componen y, entre otras cosas, a unos pocos rasgos y aspectos que constituyen el encuadre principal para (des)conocerla: subdesarrollo, pobreza, corrupción, todo dentro de un marco sensacionalista. Estos dos artículos son contribuciones importantes no solamente al conocimiento de la comunicación internacional e intercultural, sino que tienen implicaciones prácticas para mejorar, por un lado, las prácticas periodísticas y, por otro, eventualmente, las relaciones entre países.

El artículo de Sarah Corona nos regresa a México y a la necesidad de conocer y comprender a esos otros que son parte de nosotros mismos: nuestros indígenas. A partir de fotografías tomadas por huicholes y por no huicholes, y a la vez a partir de la comunicación dialógica alrededor de tales fotografías, la autora nos lleva a conocer un poco más de las apropiaciones culturalmente diferenciadas de un recurso tecnológico tan aparentemente transparente como es la imagen fotográfica.

De la fotografía en la sierra wixárika, pasamos al trabajo de Medina, López, Tapia y Gómez, que nos lleva al panorama audiovisual en España y a la televisión digital. Es muy importante conocer los procesos de adopción de los nuevos estándares tecnológicos en otros países, ahora que en México una sola empresa, al parecer, está determinando la nor-

matividad, quiénes serán los “controladores” de tal normatividad y los estándares tecnológicos mismos. El caso español nos confirma que el desarrollo de la televisión (en este caso, ya digital) no es solamente un problema “cultural” o tecnológico, pero, por cierto, tampoco únicamente un asunto de economía o de intereses económicos: también algo que tiene un trasfondo e implicaciones políticas fundamentales.

El siguiente escrito, de Gustavo León, analiza el trayecto de un grupo de trabajo de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC): el “GT-17”, es decir, el que tiene como objeto las “teorías y metodologías de la investigación en comunicación”. En rigor, entonces este artículo sería una contribución “meta-meta-investigativa” (es decir, un análisis de la investigación sobre la investigación de la comunicación). Lo importante de este tipo de ejercicios es que nos permiten evaluar, desde diversos puntos de vista, qué estamos haciendo para producir conocimiento en el campo, y nos pueden sugerir cómo hacerle para mejorar esta labor. Finalmente, ubicado dentro del área de la llamada “comunicación política”, el último aporte, de Aquiles Chihu, nos describe los marcos interpretativos con los que los actores del “choque de civilizaciones” (en términos del profeta Huntington), con la participación de los medios de comunicación, encuadraron discursivamente sus alusiones mutuas y sus interpelaciones a propios y extraños.

Como suele ser el caso de las revistas científicas arbitradas, este número de *Comunicación y Sociedad* no presenta una unidad temática o uniformidad metodológica, ni homogeneidad teórica o ideológica. Pero todos los artículos son contribuciones importantes al conocimiento comunicativo de (y desde) México, Latinoamérica y el resto del mundo. Me congratulo y agradezco a mis compañeros del comité editorial que me hayan permitido presentar un ejemplar tan estimulante de investigación seria y rigurosa.