

# Comunicación y Sociedad

Departamento de Estudios de la Comunicación Social  
Universidad de Guadalajara

PRESENTACIÓN

ADRIEN CHARLOIS ALLENDE<sup>1</sup>

Atendiendo la demanda, y en busca de mayor presencia en la comunidad académica nacional e internacional, en *Comunicación y Sociedad* se tomó la decisión de cambiar la periodicidad de la edición. A partir de este número 26, la revista aparecerá cuatrimestralmente, lo que marca una nueva etapa en este referente de la producción académica en el campo de la comunicación. Es para mi un honor ser invitado a atestiguar este momento a través de su presentación.

El número 26 de *Comunicación y Sociedad* explora aspectos diversos de la agenda de los estudios de comunicación a lo largo y ancho de América Latina. La presente edición abre con un análisis sobre políticas de comunicación. Encontraremos, además, tres estudios que abordan diversos objetos al interior de la disciplina en México, Colombia y Argentina; un provocador trabajo que obliga a mirar el concepto de memoria, desde los medios, y tres análisis sobre la construcción de sentido observada a partir de distintos contextos: el mural urbano, el cine, así como una campaña de comunicación institucional. Con ello, la revista mantiene su apertura a temáticas diversas dentro de la perspectiva de las comunicaciones.

A través de un corte de tres años (2011-2013), José Carlos Lozano Rendón en “El Acuerdo para la Cobertura Informativa de la Violencia en México: un intento fallido de autorregulación”, analiza los resultados del convenio que, en el primer año de la muestra, fue signado por

---

<sup>1</sup> Universidad de Guadalajara, México.

Correo electrónico: [adriencharlois@hotmail.com](mailto:adriencharlois@hotmail.com)

715 medios de todo México, ante el panorama de violencia vivido y la inexistencia de políticas o normas de cobertura noticiosa mínimas y comunes.

Para el autor, la selección y el análisis obtenidos de los propios informes del Observatorio de los Procesos de Comunicación Pública de la Violencia –creado por los mismos firmantes– permiten observar un intento fallido de autorregulación por parte de las empresas comunicativas que no permitió habilitar canales de denuncia o queja ante el incumplimiento de las normas establecidas. La laxitud e inconsistencia en el apego a los puntos del convenio parecen haber sido el resultado de la aplicación de intereses económicos y políticos, de cada medio, como condición al tipo de cobertura noticiosa respecto de la violencia en el país. Si bien concluye que un pacto de esta naturaleza representaría un paso adelante en la autorregulación de la industria mediática, su existencia debería darse en el marco de una reforma a las leyes y reglamentos sólidos y democráticos en la materia.

Una tradición en la que *Comunicación y Sociedad* ha abonado en sus diferentes números es la de realizar constantes revisiones al estado del campo académico de la comunicación, tanto en América Latina como en nuestro país. En este sentido, el artículo de María Elena Meneses y Gabriel Pérez Salazar, “Cómo y qué se estudia sobre Internet y la Sociedad de la Información en México. Una mirada desde la AMIC”, aporta en la discusión al dibujar un panorama de objetos de estudio, teorías y métodos en los que han trabajado los investigadores nacionales sobre Internet y la Sociedad de la Información, estudio difícil dada la vastedad de trabajos y las variaciones teórico-metodológicas de su estudio. Para ello, revisan la agenda y el contenido de las ponencias presentadas por 94 investigadores a lo largo de cinco Encuentros Nacionales AMIC (2010-2014).

El análisis cuantitativo y cualitativo de datos permite a los autores concluir que la mayor parte de los estudios se realizan a través de planteamientos críticos, con trabajos que toman asuntos de mayor amplitud que la simple coyuntura, lo cual se evidencia en temas transversales tan variados como la democracia o los derechos humanos. Detectan cierta solidez en el uso de un grupo particular de fuentes teóricas, que posibilitan el anclaje de los macrotemas en actores particulares. Con

esta base, los autores proponen una agenda de investigación que invite a trabajar sobre contenidos que han sido dejados de lado, relacionados más con la configuración de la industria y las políticas regulatorias, que con los abordajes enfocados en el usuario.

En el interesante texto de Miguel Vázquez y Salvador Leetoy, “Memoria histórica y propaganda. Una aproximación teórica al estudio comunicacional de la memoria”, se vinculan los estudios sobre memoria histórica con aquellos centrados en las industrias culturales y los sistemas de medios, en una propuesta de conceptos cuya finalidad es observar la construcción de imaginarios sociales respecto del pasado, entendidos como propaganda. Al asumir la memoria como un proyecto de futuro –en relación con el recuerdo–, los autores destacan el papel del medio por el cual fluyen las narrativas en las que se construye –de ahí la importancia del análisis de la industria cultural y sus transformaciones– lo cual les lleva a entender el acto mnemónico como un proceso de comunicación políticamente interesado.

El artículo es una prudente pero inevitable llamada de atención sobre el abandono del tema de la memoria colectiva en el campo de los estudios de comunicación. Digo prudente, porque en cierta manera no hace lo correspondiente en revisar el avance logrado en otros ámbitos académicos, principalmente en el de la historiografía. Sin embargo, creo que la inclusión de este artículo en una revista con la trascendencia de *Comunicación y Sociedad*, es un reflejo de la necesidad por entender la construcción de los pasados en las nuevas generaciones de investigadores.

Diego García Ramírez y Marialva Carlos Barbosa, en “Historias de la televisión en Colombia: vacíos y desafíos”, proponen otro análisis de la producción académica en comunicación, pero ahora enfocado a la historia de la televisión en Colombia. A pesar de reconocer que éste es un objeto de reciente aparición –y aún en formación– los autores detectan que la articulación entre comunicación e historia ha estado presente en diversos trabajos; sin embargo, hay mucho qué hacer para constituir una reflexión madura respecto del pasado del medio. Discutir en torno a los distintos estudios da cuenta de una falta de continuidad en las historias, especialmente en aquellos que analizan los medios en las regiones.

Tras una revisión de lo realizado hasta el momento, los autores proponen que para superar los vacíos, la perspectiva debe dar un giro que no solo centre su atención en las materialidades, las gramáticas y la organización del medio, sino que entienda a los sujetos involucrados en su historia, los espacios culturales diversos de su desarrollo, las transformaciones y su relación con la dinámica de la nación y del mundo. En suma, lo que detectan como ausente es la interpretación del pasado de la televisión desde una perspectiva crítica que supere lo anecdótico.

Rozenn Le Mûr, en “La imagen wixárika en el arte mural de Guadalajara”, hace una revisión del uso entre los grafiteros y muralistas de Guadalajara de la imagen wixárika. El acercamiento con los actores le permite analizar el tema de la pluriculturalidad en el arte urbano. En medio de políticas que asocian vandalismo y juventud, el autor cuestiona las perspectivas que ignoran el contenido del propio arte, en este caso la imagen del indígena como concepto de la pluriculturalidad en el occidente de México, como visualización de su presencia y como un alegato de su inclusión en el mundo de la ciudad.

Con una perspectiva diacrónica que posibilita la contextualización del diálogo con los propios grafiteros, se observa el distanciamiento de éstos con el tipo de discursos dominantes sobre lo indígena, así como su manera de insertarse en una época globalizadora. En general, identifica en el muralismo actual una acción de carácter político que revela la existencia de una ciudadanía activa. En este proceso, lo indígena sirve para cuestionar el orden simbólico establecido.

Ricardo Diviani en su texto, “La crítica a la historieta en la Argentina en los años sesenta y setenta. Entre la semiología y los estudios sobre la ‘cultura popular’”, expone otra suerte de metaanálisis de trabajos en el campo de la comunicación. En una temporalidad que evidencia incipientes investigaciones sobre medios masivos —décadas del sesenta y setenta— el autor revisita aquellos enfocados en el género de la historieta y los estudios sobre cultura popular. Lo interesante del artículo es que, por un lado, reconoce el incipiente análisis de la historieta como parte del interés propiciado por el alcance de los medios masivos —en el marco de un proceso histórico particular de Argentina— que abonó a la formación de un conocimiento sobre el género a través de abordajes teóricos particulares —entre los que cuenta a Eco y Mattelart— comple-

jizado al poner atención en los rasgos propios del artefacto, entendido como lenguaje. Pero, por otro, comprende que más allá de esas influencias, vistas de manera reduccionista en los años ochenta, abundó una riqueza teórica particular que permitió la consolidación del interés por un objeto de estudio particular en la historia de los medios argentinos.

En “Construcción de la agenda mediática en Santiago de Cuba. Propuesta de modelo sobre el funcionamiento de la agenda política”, Viviana Muñiz, Rafael Fonseca y Ruslán Guerra aprovechan para proponer un modelo para medir la agenda política en la ciudad de Santiago de Cuba. Su trabajo se encuentra en un contexto donde el estudio de la agenda mediática ha tenido un camino fructífero en la Cuba de los últimos años, así como en un espacio político y mediático particular, en el que la influencia extramediática de las fuentes de información presenta características específicas. Éste es el pretexto que los autores encuentran para explicar el funcionamiento de la agenda política en una región en relación con la agenda mediática de los órganos de prensa provinciales.

Con ello en mente, y a través de la apropiación del famoso modelo de McCombs y Shaw, los autores particularizan las relaciones y afectaciones entre la agenda política y la mediática, cuyo fuerte vínculo se observa en el tratamiento informativo en la isla. A su vez, plantean un modelo de la estructura de la agenda política compuesto por la agenda política mediada, la agenda política interna y la agenda política de afectaciones. Sin duda un experimento que podría ser aplicable a distintas regiones del país.

Alejandro Klein, en “Paradigmas en la vejez: homogenización y transiciones cinematográficas”, centra su propuesta en entender la aproximación que el cine hace a la vejez y sus efectos, en el marco de una sociedad mundial que atraviesa por una etapa de envejecimiento poblacional. El autor entiende al cine no solamente como una expresión artística, sino como un creador de imágenes, expectativas y procesos sociales; un dispositivo –artístico a la vez que industrial– de formación de identidad a través de una narrativa particular.

Mediante el análisis de ciertos filmes internacionales –opuesto a lo que puede ser considerado estrictamente hollywoodense– encuentra dos grandes paradigmas en la representación de la vejez: el de la plenitud de

vida y el del desvalimiento, además de otros que sirven para entender la forma en que la sociedad visualiza su vejez: paradigmas de lo terrorífico y lo mesiánico o bien de transición. Para el autor, éstos, convertidos en ideología dominante, devienen en referencias identitarias.

Por último, y resultado de un trabajo empírico de análisis de las campañas publicitarias de la Comisión Nacional del Agua de México, David Ortega-Gaucin y Alejandra Peña-García, en “Análisis crítico de las campañas de comunicación para fomentar la ‘cultura del agua’ en México”, identifican algunos elementos que explican el impacto limitado de las mismas. Si bien reconocen que el motivo de dichas campañas son la inducción de un comportamiento determinado en las audiencias, desde un enfoque funcionalista, comprenden que el tipo de consumo de agua en el país hace evidente lo fallido de la propuesta.

En este sentido, los autores encuentran algunos elementos que explican el fracaso: campañas que no toman en cuenta las diferencias poblacionales, incorrecta orientación, promoción de visiones parciales y coyunturales, poca articulación entre campañas y programas institucionales, etc. De ahí que propongan algunos escapes a esta realidad mediante un proceso comunicacional más efectivo.

El número 26 concluye con dos excelentes propuestas de lectura que invitan a nuevos temas en el campo de la comunicación. La chilena Andrea Baeza Reyes revisa *Ritmo Revisitado. Representaciones de Género en los 60* (Lamadrid, 2014), mientras que desde México, Emiliano Treré hace una lectura crítica de *Ciberutopías. Democracia, Redes Sociales, Movimientos-Red* (Meneses Rocha, 2015). No queda más que invitarlos a abrir el número de *Comunicación y Sociedad*, revisarlo y leer con placer las interesantes propuestas para establecer distintos diálogos.