

Editorial

Los medios y sus usuarios

Tengo el placer de recibir con esta edición el testigo (en el sentido deportivo) de una revista con la que he estado relacionado desde hace más de cuatro años como miembro del Comité de Pares, y a la que ahora me vinculo como editor para ejercer las funciones que impecablemente desempeñó el profesor Jairo Valderrama hasta la pasada edición. Como par académico de esta publicación he sido testigo (ocular) de la evolución de un medio serio y bien hecho, que ha abierto sus páginas para la investigación y la reflexión de los más destacados profesionales del campo de la comunicación, y que quiere seguir haciéndolo en su misión de búsqueda de la verdad. Con el mismo espíritu de los Juegos Olímpicos, hoy sólo hacemos el relevo, pues reemplazar a un académico del cuidado y esmero del profesor Valderrama sería una infructuosa labor. Gracias a él por su juicio y rigor al frente de la dirección de esta revista.

En la presente edición abordamos el tema de los medios de comunicación e información y la relación que establecen con sus usuarios. La evolución de los medios implica la transformación y adaptación de nuevos lenguajes e introduce cambios fundamentales en las dinámicas e interacciones entre medios y públicos. Del concepto de *receptor*, que equipara al individuo con el aparato que recibe señales, se ha pasado al de *perceptor*, que le da valor a la actividad perceptiva como aporte del espectador al proceso de comunicación.

El papel del destinatario de los mensajes es cada día más activo conforme se van haciendo más complejos los procesos de evolución tecnológica, se establecen nuevas relaciones que van más

allá de *individuo-máquina*, y se exploran interacciones de tipo *individuo-máquina-individuo*.

La discusión sobre la deshumanización de la tecnología parece, por fin, superada, así como la oposición dialéctica entre la tecnología y la escritura. Las reflexiones académicas giran ahora en torno al estudio del nuevo usuario de los medios, que ya no puede ser considerado sólo como parte de una audiencia medible, cuantificable y estandarizada, ni como receptor pasivo y conformista de mensajes. Los medios interactivos, no lineales y multimediales configuran nuevos espectadores para los cuales la construcción de medios y mensajes, y la publicación de contenidos con destino global, hacen parte de su día a día.

El usuario actual de los medios es constructor de redes sociales dentro de las grandes redes de interacción humana; dialoga y puede publicar con los grandes conglomerados de la comunicación, y muta cómodamente entre su ser real y virtual, comprometiendo en el proceso condiciones de privacidad e identidad. Este panorama, que no tiene discusión para los integrados (según la teoría de Eco), ha llevado a la revitalización de teóricos importantes como Marshall McLuhan, y a la reserva de un gran sector académico para el cual la globalización es sólo un invento de los últimos tiempos.

Para explorar mejor el tema de la relación entre medios y usuarios, el profesor Germán Arango, de la Universidad de La Sabana, hace un estudio del consumo de televisión en Bogotá, indagando por los gustos televisivos en espectadores de diferentes condiciones socioeconómicas, a la luz de los conceptos de segmentación y fragmentación de audiencias.

Pensar en el actual usuario de los medios exige replantear su papel y esto es lo que hace Octavio Islas, director de la Cátedra de Cibercultura del Tecnológico de Monterrey, Estado de México, cuando caracteriza al nuevo actor comunicativo como un “prosumidor” que asume un nuevo rol en la sociedad de la ubicuidad.

En otro ámbito de actuación, la publicidad, la profesora Cristina Sánchez, de la Pontificia Universidad de Salamanca, analiza los recursos utilizados para activar la memoria de los espectadores en la publicidad a partir del estudio de una muestra de anuncios y de los elementos visuales y sonoros que utilizan para lograr permanecer en la memoria de los futuros consumidores.

Otro aspecto importante que es estudiado es la relación que establecen los medios con las comunidades que impactan, al respecto presentamos dos estudios de investigación que abordan este tema. Desde Ecuador se presentan los resultados de un proyecto que estudia la relación entre una estación de radio bilingüe (español-kichwa) y la comunidad indígena que impacta con sus contenidos, y desde Brasil, el profesor Julio César Lobo hace una aproximación crítica a una tendencia del cine documental brasileño y sus posibles infracciones a la ética, relacionadas con el mal manejo e irrespeto a los entrevistados de estos productos audiovisuales.

En nuestra sección de realidades comunicativas presentamos los resultados de una investigación

de la Universidad de Málaga acerca de la presencia de los personajes, las acciones y los escenarios andaluces en el cine español. El estudio indaga en la presencia de lo andaluz en la cinematografía nacional española y su posible incidencia en la construcción de imaginarios sociales.

Igualmente, el profesor Javier del Rey Morató, de la Universidad Complutense de Madrid, analiza un tema que cobra mayor importancia cada día: el potencial político y cultural de Internet, estableciendo relaciones y distinciones entre los conceptos de medio y máquina.

Completan el número un interesante artículo sobre el encuadre noticioso dado al tema de los inmigrantes en informativos españoles, y la influencia que tiene este tratamiento en las nociones de representación de los mismos, y un texto escrito por Juan Carlos Gómez y Camilo Hernández de la Universidad de La Sabana que, como un aporte del Observatorio de Medios de la Institución, hace un rastreo entre periodistas colombianos para indagar por la libertad de prensa en las condiciones actuales, y la posibilidad de buscar y transmitir la verdad en los medios de comunicación.

El deleite de leer se alimenta y condimenta por la riqueza de las múltiples miradas, los invito a sumar la suya a la de los académicos que nos acompañan en esta edición.

Jerónimo León Rivera Betancur
jeronimo.rivera@unisabana.edu.co