

Este segundo número de CUADERNOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (CIC), presenta algunas diferencias con respecto al primero. El lector podrá observar que los autores no corresponden exclusivamente al Departamento de Periodismo III. Con el primer número hicimos nuestra presentación como revista especializada, pero, para el segundo y los siguientes, el propósito es condensar nuestra aportación en un **tema central** y abrir nuestras páginas a profesores e investigadores de dentro y fuera de España. La buena acogida del número uno, cuya edición se ha agotado, y la gran cantidad de colaboraciones que hemos recibido para este; nos permite pensar que estamos en la senda acertada.

Bajo el título de *Información y vida cotidiana*, se agrupa la colaboración de los profesores del Departamento, en lo que hemos denominado **tema central**.

I. En *La presión de la vida cotidiana sobre el concepto de información periodística*, Felicísimo Valbuena, tras reflexionar sobre el trabajo de investigadores y periodistas, sostiene que *la vida cotidiana está influyendo de tal manera en la información periodística que en los próximos años irá aumentando el componente de instrucción. Algunos investigadores están logrando una visión combinatoria de la información periodística, resultado de su manera de abordar las múltiples audiencias. A la vez, los periodistas pueden encontrar un autoconcepto cada vez más preciso, sabiendo cómo pueden contribuir a que la vida cotidiana de su público tenga un reflejo en los centros de decisión. De esta manera, contribuyen a dar sentido a los múltiples lazos de la vida social.*

II. Javier del Rey dice, en *El mundo de los valores y la vida cotidiana en la información de actualidad*, que la escasez de información que caracterizaba la vida cotidiana en la sociedad anterior a la revolución mediática, le sucede una vida cotidiana inédita hasta entonces: es la propia de la sociedad posmoderna.

Estamos en la sociedad mediática. Nos gusta hablar de la regencia de los medios de la sociedad de la opulencia comunicacional, en la que hay una sobreabundancia de información, y en la que hay también dilemas que implican a personas y valores, y en la que se hace un uso retórico de los valores.

Esa es la atmósfera que ha generado este artículo, que parte de una concepción de la información de actualidad de nuevo cuño: si la información ha dejado de estar so-

metida a las restricciones de la economía —ya no es un recurso escaso—, es que anda necesitada de nuevos enunciados y audaces aproximaciones intelectuales.

En la vida cotidiana del cavernícola mediático, encerrado en su apartamento, después de una jornada de trabajo agotadora —o de una no menos agotadora jornada de paro forzoso—, la información de actualidad es un ingrediente más en el menú mediático, y no necesariamente el más apetecido ni el más apetecible.

III. Para Eva Aladro, la noticia es un mensaje con una tensión cognitiva particular, que resulta de la combinación de formas implícitas y explícitas de dos tipos de información, la información previamente conocida y la información desconocida. Los medios de comunicación social (prensa, radio y televisión) utilizan sus características técnicas específicas para proponer al lector operaciones cognitivas de gran complejidad como la simultaneidad del análisis y la síntesis, la adivinación analítica a partir de claves de síntesis, y la rememoración y la innovación de información simultáneas. La lectura y el seguimiento de las noticias en los diversos medios de comunicación constituye una actividad cognitiva compleja que por un lado refuerza la dinámica de producción noticiosa y por otro constituye, como actividad interpersonal, una actividad reflexiva cuya finalidad es favorecer la propia continuidad de la práctica de la lectura de las noticias. Esta es la idea que desarrolla en *La recepción de la noticia*.

IV. Centrando también su artículo en la noticia, Gonzalo Abril en *La noticia, lo cotidiano y el espejo de la ficción*, piensa que la noticia se presenta a sí misma como lo no rutinario, es decir, como algo separado y destacado de los ritmos fundamentales de la vida familiar, el trabajo, etc. De ahí que la noticia necesariamente *censura y oculta aspectos de la vida*, generando una especie de realidad social y *subprivilegiada*, constituida precisamente por todo lo que el discurso noticioso presupone indigno de atención.

Ahora bien, esa separación de los marcos de la experiencia cotidiana tiene un límite: si el contenido informativo se hace demasiado distante de ellos, puede resultar simplemente dudoso o increíble. La interpretación del discurso de las noticias viene orientado por ciertos criterios de *normalidad, proximidad, pertinencia*, etc. que son vigentes en la interacción cotidiana de la gente y que de modo no necesariamente deliberado son incorporados en el proceso de producción de las noticias, *valores de noticia o criterios de noticiabilidad*.

V. En la sección **Políticas de Comunicación** se recogen dos artículos. En el primero de ellos, Fernando Quirós y Ana Segovia recuerdan la *Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y El Caribe*, cuyo vigésimo aniversario acaba de cumplirse. Sostienen que esa conferencia fue un "ensayo general con todo" de la campaña de acoso y derribo que sufrió la UNESCO desde mediados de los setenta hasta el nombramiento de Federicio Mayor como director general. Este artículo engarza con el de los profesores de la Universidad de Buenos Ai-

res, Guillermo Mastrini y Mariano Mestman, quienes en *¿Desregulación o re-regulación?: De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota*, afirman que, desde comienzos de la década de los 80, se ha expandido una corriente de opinión que intenta legitimar una supuesta no intervención del Estado en la definición de políticas destinadas a regular los sistemas de medios de radiodifusión. A partir de una aproximación general al proceso de auge y derrota de las ideas de intervención estatal en la definición de políticas de medios (vigentes en Europa hasta 1980 y en América Latina en la década de los 70), se analiza críticamente la nueva orientación asumida por dicha intervención en los últimos años, caracterizada por la presencia determinante, en su definición, de los grandes grupos multimedia.

VI. En la misma línea que la sección a la que acabamos de referirnos se encuentra la de **Agencias de noticias**. En *El mundo de Inter Press Service: una cobertura informativa global*, la profesora Pérez del Pozo aborda el papel de la agencia International Press Service (IPS) como elemento de equilibrio en un sistema internacional injusto e insolidario. Desde un punto de vista teórico crítico repasa la historia de esta agencia: sus primeros pasos, sus relaciones con otras experiencias como el Pool de Agencias de Noticias de los Países No Alineados y su consolidación como alternativa a las grandes agencias transnacionales.

VII. En la sección **Cine**, la profesora Mondelo afirma en *Del hacer y el decir. Sobre la identidad narrativa de los personajes*, que el cine, entendido como relato comunicativo inserto en una época y en una sociedad, mantiene una relación especular con la realidad actuando en un doble sentido, en un doble nivel de afectación: por un lado, los relatos cinematográficos representan, reflejan de uno u otro modo, la realidad en la que surgen y, por otro lado, la realidad refleja también ciertas propuestas contenidas en los relatos cinematográficos.

Sin entrar en cómo la realidad absorbe ciertos imaginarios cinematográficos —cuestión que daría pie a amplias reflexiones— se trata de constatar la existencia de una relación entre los cambios sufridos por la sociedad y los cambios que han tenido lugar en el seno de los modelos narrativos cinematográficos. Para ello nos situaremos en un análisis comparativo del cine español del año 60 y el de los años 90–91, donde se pueden apreciar, lógicamente, estos cambios dada la separación temporal de treinta años. Se hacen así patentes cambios en múltiples niveles: en los contextos político, social, económico, cultural; en los comportamientos, objetivos, normas y valores de los personajes,... y, por supuesto, aunque sea otro nivel diferente a los mencionados, en el régimen de narración cinematográfica.

VIII. Bajo el título de **Investigación** presentamos la colaboración que nos remite un grupo de profesores de la Michigan State University, encabezados por Bradley Greenberg. *Los jóvenes y su orientación hacia los medios de comunicación Brasil, Chile y Ecuador*, tiene como objetivo proporcionar información sobre las actitudes y preferencias que los jóvenes de los 90 tienen respecto a la amplia gama de medios de comunicación a los que hoy día tiene acceso en sus hogares, así como información sobre los usos que ha-

cen de dichos medios. En este artículo se analizan las similitudes y las diferencias encontradas entre las capitales de tres países Suramericanos: Brasil, Chile y Ecuador.

Los medios de comunicación analizados son radio, televisión, libros, tebeos y comics, revistas, periódicos, tocadiscos, radio cassettes, video juegos, televisión por cable y teléfonos, además de la publicidad. Las áreas examinadas incluyen: acceso personal y familiar a los medios, utilización en diferentes momentos del día, mediación de los padres, compra de medios por parte de los adolescentes, preferencias de contenido, credibilidad relativa de los medios, dependencia de las fuentes de noticias, normas familiares respecto al uso, utilización de los medios de comunicación como forma de castigo o recompensa, gratificaciones derivadas del uso de los medios, percepciones del grado de realismo del contenido, consumo de publicidad, grado de atención y evaluación de la publicidad y características demográficas.

IX. La sección **Análisis de audiencias**, está dedicada al trabajo del profesor Sampeiro, *Naciones que se leen: consumo de prensa e identidad nacional*. Para él, el análisis etnográfico de las audiencias revela el consumo de los medios como un proceso con una gran carga ritual y comunitaria. Los sujetos de este estudio, alumnos extranjeros en una universidad norteamericana, proporcionaron numerosos ejemplos de que la lectura de la prensa de sus países no respondía a una finalidad instrumental. Los periódicos, más bien, les permitían participar simbólicamente de sus países. Las funciones psicológicas que desarrollaban trascendían el simple alivio del aislamiento social o la nostalgia de sus comunidades de procedencia. En realidad, los estudiantes recreaban y construían sus identidades nacionales gracias a la interacción activa con los textos periodísticos. La forma más explícita que tomó este proceso fue la construcción de fronteras imaginarias entre las que el individuo puede emplazarse y asentar su identidad. Los estudiantes establecieron lazos simbólicos con sus compatriotas e inventaron fronteras sociales en el seno de sus naciones. Estos sujetos y modelo de recepción constituyen ejemplos de las audiencias y de la recepción de los medios contemporáneos: audiencias desplazadas territorialmente pero que consumen medios locales.

X. La sección **Pedagogía de la Comunicación**, esta compuesta por el artículo del profesor Sierra sobre *Pedagogía de la Comunicación y formación de comunicadores*, y la propuesta de código deontológico del profesor Andrés Romero Rubio.

Para Francisco Sierra, preguntarse sobre la formación de los comunicadores desde el ámbito de la pedagogía remite directamente a la estrategia del caracol. Una mirada hacia dentro para salvaguardarse de las miradas de fuera. La duda del *ciempiés* plantea a este respecto un dilema metodológico: cómo diseñar caminos alternativos a las autopistas de la información. Para ello, será necesario, leer el texto que formaliza el campo académico junto con el contexto que lo define para los actantes. Se trata más que nada de mirar etnográficamente la función formativa de los comunicadores, con el fin de lograr una descripción gruesa de la complejidad global que implica pensar la comunicación desde el ámbito educativo.

Desde un punto de vista diferente, Andres Romero, sostiene, en su *anteproyecto de código deontológico*, que la anemia intelectual y cultural que se advierte en algunos modelos y procesos de comunicación opinativa: la apreciación –aún mínimamente valorada– de la relación interactiva que es posible entre Ciencias de la Información y Ciencias de la Educación; la necesidad de impartir algunas materias troncales de las Ciencias de la Información en todos los niveles de la Educación y viceversa, etc. nos debe animar –a todos los sectores implicados– a profundizar en la investigación y toma de posiciones con respecto a todos los enunciados de este Anteproyecto de Código deontológico sobre *Información y comunicación educativas*.

XI. En la sección **Ponencias**, publicamos el trabajo de Eduardo Giordano, *Propaganda racista y exclusión social del inmigrante*.

XII. Finalmente, en la sección de **Propuestas**, el colectivo que edita la revista *Causas y Azares*, en Buenos Aires, nos ofrece, en *Comunicación, cultura y política: el lugar del intelectual crítico*, su reflexión colectiva sobre la sociedad de la comunicación.

Para nuestros colegas argentinos, esta sociedad hace tiempo desvelada como farsa, comienza a constituirse como tragedia. Esta inversión podrá ser efecto del trastocamiento de la secuencialidad del siglo XX, pero no deja de revelar una profunda significación. Asentada en un desarrollo tecnológico que le debe mucho aún a los años de oro del Estado de Bienestar, pudo consolidar su hegemonía sólo cuando la efectivización del plan de reconversión económica mundial, produjo la creciente retirada de la escena de las luchas sociales. La escalada postfordista, ejecutada al modo dependiente en los países tercermundistas, construyó el metarrelato dominante de nuestra época, que recogiendo las tradiciones tecnologicistas de Occidente, dibujó un futuro sin fricciones de la mano del progreso. Esta promesa de igualdad y felicidad para el mundo se sustentó en un dispositivo simbólico que construyó como figura de la nueva era al *consumidor*, al habitante de los *shoppings*, al cliente de las variedades de los monopolios, al consultado por las encuestas.

XIII. Finalmente, la sección **Notas**, recoge la colaboración de Dario Klein sobre el *Periodismo de Investigación en Uruguay*.

Madrid, otoño de 1996.