

Globalización, medios y empresa

Parecería incompleto mencionar cualquiera de estos conceptos sin aludir a los otros dos. El ritmo que impone el mundo en los modelos de vida como fruto de políticas estatales coincidentes, de paradigmas económicos similares y, sobre todo, de tendencias culturales unificadas, obliga a los seres humanos en este mundo y por esta época a adoptar estilos repetitivos, si aspiran a concursar para ocupar espacios de reconocimiento en la sociedad mundial.

En ese engranaje, por supuesto, como piñones de gran diámetro, se ajustan esa inclinación del comercio y de las compañías a sobrepasar los límites de cada nación; esos entes que pretenden informar a miles o a millones de seres humanos y, también, esas instituciones propias de las tareas industriales o de servicios con intenciones rentables. Ahí están la globalización, los medios (de comunicación) y la empresa.

Desde hace muchos años los satélites, el sistema de microondas, los avances y los recursos diversos en velocidad telefónica, entre otros, alimentan los referentes de conducta de millones de personas. Sin embargo, este vertiginoso progreso tecnológico y técnico, y esas tentaciones siempre llamativas para las nuevas generaciones, a veces, impiden por algunos momentos considerar los efectos de esas adopciones y los muchos riesgos que guardan.

La investigación humana, la rigurosa y por lo menos ajustada a algunos cánones de validez, abre, entonces, el camino para ampliar y profundizar el enfoque de este tipo de fenómenos. Los académicos, los científicos y los artistas, claro, conforman el equipo de trabajo constante de los investigadores.

Cada uno, en conformidad con su especialidad, con su gusto, con las demandas de

su entorno y de sí mismo, intenta responder a las urgencias de un mundo acelerado. Quizás, estos estudios permitan hundir el freno en ese tránsito precipitado de los efectos globalizados, mediáticos y empresariales. Estas estaciones reflexivas en el recorrido de la existencia permitirán una oportunidad para dirigir hacia otro punto (posiblemente más conveniente) la línea de los distintos proyectos de vida.

El apresuramiento rutinario impide con relativa frecuencia hallar la utilidad, inmediata o trascendente, de las ofertas que han aparecido en los últimos años. Se requiere, de eso estamos seguros, de unos aportes serios para abrir el abanico de las elecciones; y ninguna persona mejor dotada para desempeñar estas trascendentes funciones que el investigador nato, comprometido y consciente del efecto de sus tareas; ningún otro como el experto para advertir de la proximidad de las equivocaciones; nadie más adecuado para señalar los caminos de menos peligro y, finalmente, nadie resulta tan augusto para pronosticar los efectos de las circunstancias presentes.

En esta oportunidad, para los Temas de Portada, incluyen sus reflexiones el Grupo de Investigación en Periodismo (GIP), de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, a cargo de la doctora Liliana María Gutiérrez Coba, con “La prensa como creadora de estereotipos sobre los reinsertados y el proceso de paz en Colombia”, una investigación que señala el efecto sobre las audiencias de los registros informativos acerca de las personas ex combatientes en el conflicto armado que lesiona todos los días a Colombia. En este apartado, los doctores Pablo Rey García y Pedro Rivas Nieto, de la Universidad Pontificia de Salamanca, exponen el resultado de sus reflexiones en “Política y discurso. Un modelo de análisis cualitativo”, un estudio de gran interés para considerar el va-

lor de los discursos políticos, y más en España, donde la influencia de sus políticas repercute en gran medida en Occidente.

Siguen la profesora Sandra Lucía Ruiz Moreno y su equipo de investigadores, también de la Universidad de La Sabana, con “Conflicto armado y cine colombiano en los dos últimos gobiernos”, donde se aprecia la relación de los contenidos cinematográficos con la situación sociopolítica de Colombia. El artículo “Si hay sangre, hay noticia. Recetas cinematográficas para el éxito periodístico” resulta de un trabajo en equipo de investigadores del Departamento de Comunicación de la Universidad del País Vasco, y expone algunos prototipos de la actividad periodística en el cine. Con “La inmigración latinoamericana en los contenidos informativos. Un estudio sobre las noticias de prensa y televisión españolas”, un equipo de investigadores del Instituto Tecnológico de Monterrey y de la Universidad de Salamanca aborda el fenómeno de la información noticiosa de los inmigrantes latinoamericanos en España.

El profesor Henry Rubiano Daza y su equipo de investigadores, de la Facultad de Comunicación de la Universidad Cooperativa de Colombia, Seccional Neiva, alertan sobre la manera como se registran en los diarios los suicidios, con el artículo “El suicidio: más que una noticia, un tema de responsabilidad social”.

Concluyendo este apartado de la revista, pero con relevancia semejante, el profesor Jon Murelaga Ibarra, del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco, presenta “Reflexiones sobre la transformación del concepto “programación radiofónica”. De la parrilla al mensaje”, y muestra una interesante teoría acerca del cambio de los contenidos radiales cuando el sistema es Internet.

En Realidades Comunicativas, segunda sección de esta publicación, el doctor José Luis del Barco, de la Universidad de Málaga, expone una original reflexión sobre la dignidad

humana, el pluralismo mal interpretado y los valores como la verdad y el bien, en “Exaltación de la diferencia”.

Un aporte analítico aparece en este número con “La crítica literaria de la *Revista de Libros* del diario chileno *El Mercurio*, entre los años 2002-2004”, acerca de la importancia de la publicidad en los medios de prensa, un trabajo del profesor Luis Alejandro Nitrihual Valdebenito, de la Universidad de la Frontera, en Temuco, Chile. Yamile Sandoval Romero, ahora profesora de la Universidad de La Sabana, adelantó una investigación con un equipo profesoral de la Universidad Santiago de Cali, e incluye el artículo “Comunicación y educación para la recepción crítica: resultados de una propuesta integradora”, un llamado para adoptar una actitud crítica frente a los contenidos de la televisión.

Con un caso puntual de cómo se informa con displicencia acerca de las personas mayores, en la labor periodística, la doctora María Eugenia Polo González, de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca, señala un gran aporte con “La vocación periodística. Un llamado al ser social”.

Y cerrando esta edición, la doctora Carmen María Alonso González, de la misma Facultad de la Universidad Pontificia de Salamanca, aborda un tema particular en el artículo “La publicidad turística como agente mediático de influencia en la percepción de los territorios y otras líneas de investigación complementarias”, para bosquejar posibles campos de investigación en este sector de la economía.

Con este bufé académico ya dispuesto, muy alta será la posibilidad de seguir degustando los nutrientes de esos resultados que siempre dejará la rigurosa investigación.

El editor
jairo.valderrama@unisabana.edu.co
Chía, Colombia, junio de 2007.