

Queridos amigos:

La televisión apareció hace aproximadamente cincuenta años y desde entonces no ha cesado de sorprender. La fascinación inicial, el deslumbramiento que causó originalmente a los ingenuos espectadores con el tiempo parecería haberse atenuado, incluso se habla de la inevitabilidad de su presencia en la mayor parte de los hogares y su naturalización como parte de la dinámica familiar. Si bien se ha ido diluyendo el carácter mágico que se le atribuía, ha cobrado relevancia en otros ámbitos de manera indiscutible, como lo demuestran nuestros colaboradores en este número 71 de la revista, en el que presentamos un primer avance de los artículos recibidos.

Un primer nivel de influencia que se le atribuye a la televisión se inscribe en sus posibilidades de introducir al individuo en mundos alternos, que pueden ser percibidos por los espectadores como representación de la realidad, recreación de sus propias vivencias, ficción, fantasía. Las posibilidades expresivas que la tecnología le proporciona y las tendencias marcadas por los contextos históricos, sociales y económicos, es decir, la operacionalización concreta de esos recursos, suscitan el interés de Mario Carlón por analizar que dimensiones conscientes o inconscientes activan en los espectadores. Para él la expectación es un proceso complejo, una práctica determinada por las competencias que el individuo va adquiriendo en su interrelación con el medio. Por lo tanto la relación entre televisión y sujeto espectador se define como un intercambio o negociación. No obstante, es la televisión la que, hasta ahora, propone, elige los temas y establece la relevancia de los hechos. Por ello Mirta Varela se pregunta en qué medida el registro de la actualidad que ofrece diariamente la televisión estaría construyendo la memoria de los ciudadanos.

El incesante desarrollo de la tecnología aplicada a la transmisión de información tiene, además de las evidentes implicancias económicas, repercusiones en el ámbito cultural y social. A través de la tecnología digital se abren las posibilidades de transmisión de señales en dimensiones que parecen desafiar los límites de la imaginación. Así, la instauración de la televisión digital en los próximos años -tal como se precisa en el artículo que presentamos aquí en referencia a España- permitirá a los usuarios no solo recibir señales de diversa naturaleza, mejor calidad y rapidez sino el acceso a la interactividad, dispositivo que seguramente desplazará definitivamente del vocabulario el término telespectador cuando se refiera a la relación que establecen los sujetos con la televisión.

Pero la implantación de nuevas tecnologías demanda simultáneamente la aparición de nuevos productos que son vehiculizados a través de ellas. Y así como siempre hay seres humanos atrás y antes de los inventos materiales, también las tecnologías en sus especificidades inmateriales (entretenimiento, información, difusión, participación, etc.) requieren individuos capaces de crear productos que les den sustento. Por ello es importante que las universidades adviertan los cambios que se vienen suscitando y, consecuentemente, los profesionales que la sociedad demanda. La investigación de Bustamante sobre los posgrado puede orientar nuestras reflexiones en este sentido.

Los primeros estudios de la escuela norteamericana encaminados a determinar el poder de manipulación, persuasión o influencia que los medios tenían sobre los receptores tuvieron como preocupación primordial su uso en la propaganda política. Hoy se ha dejado de lado el mecanicismo de los métodos y se han descartado las conclusiones de aplicación general, pero el debate subsiste, tal como Jose Perla lo plantea en sus reflexiones sobre los dispositivos legales que establecen la franja electoral en el Perú.

En este número compartimos las reflexiones de un importante teórico de la comunicación. Rafael Obregón y Arvind Singhal nos brindan una amena conversación con el recientemente fallecido Everett M. Rogers, quien revisa críticamente su aporte a la investigación y la práctica de la comunicación para el desarrollo, dejando evidencia de su profundo respeto y cariño por América Latina.

Hemos constatado que la televisión por su naturaleza multifacética es y seguirá siendo por mucho tiempo más tema de investigación, de estudio y fuente de polémicas. La abundancia y diversidad de colaboraciones que recibimos lo ha demostrado. Con este número de la revista nos proponemos contribuir a situar algunos planteamientos novedosos que se vienen gestando en el ámbito académico de la comunicación.

Ana María Cano
Editora