

EDITORIAL

# UNA MIRADA IBEROAMERICANA

**INGRID BACHMANN**, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile (ibachman@uc.cl)

**PAULA POINDEXTER**, University of Texas at Austin, Texas, EE.UU. (paula.poindexter@austin.utexas.edu)

Dadas las particularidades de la región, la investigación desde Iberoamérica puede contribuir enormemente a la comprensión de los complejos fenómenos de la comunicación social, aunque limitantes geográficas y lingüísticas muchas veces hacen de esta una tarea difícil.

En octubre de 2015 se concretó un esfuerzo por sortear estos obstáculos. Más de 150 estudiantes, académicos, profesionales e invitados especiales participaron de la primera conferencia regional de la Asociación para la Educación de Periodismo y Comunicación Social (AEJMC) de Estados Unidos. El evento fue trilingüe y se desarrolló en la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile en Santiago. Apuntó a expandir los horizontes de la investigación sobre periodismo y comunicación social, y tender puentes entre Iberoamérica y el resto del mundo.

El apartado temático de este número de *Cuadernos.Info* recoge, precisamente, las principales contribuciones a esos puentes. Son seis trabajos que —con diferentes enfoques epistemológicos, teóricos y de metodología— exploran las atributos y desafíos del periodismo y la comunicación social en una región que enfrenta grandes cambios.

Este especial destaca dos artículos que fueron premiados durante la conferencia en las categorías de mejor trabajo de

académicos y mejor trabajo sobre temáticas latinoamericanas. El primero de ellos es el trabajo de Manuel González, Sergio Roncallo-Dow, Germán Arango-Forero y Enrique Uribe-Jongbloed, el cual explora la noción de calidad de contenidos televisivos y su impacto en las audiencias de un canal en Colombia. Los resultados dan cuenta de telespectadores que valoran la originalidad y los temas relacionados con la realidad del país, y de un canal que tiene un importante desafío por delante.

El segundo trabajo premiado que se incluye en este especial es el realizado por Summer Harlow. A partir de un estudio etnográfico, la investigadora de la Florida State University explora el uso de redes sociales por parte de un periódico alternativo en El Salvador para vincularse con su audiencia, pero sin permitir mayor participación de voces tradicionalmente marginalizadas al proceso de comunicación. Así, pese a los avances, aún queda por hacer para aprovechar todo el potencial de las nuevas tecnologías.

Los otros cuatro trabajos seleccionados dan cuenta de diversas aristas del trabajo sobre comunicación social en Latinoamérica que se está realizando en países como Perú, México y Chile. Con una mirada distinta al melodrama latinoamericano, James Dettleff analiza las representaciones de

género –en particular, la de los personajes masculinos– en una miniserie peruana de ficción protagonizada por mujeres fuertes y empoderadas. El trabajo examina diferentes maneras de entender y presentar qué significa ser hombre en un contexto de crisis de la masculinidad hegemónica.

Desde otra mirada a la relación con las audiencias, Arturo Arriagada, Teresa Correa, Andrés Scherman y Josefina Abarzúa abordan cómo usuarios de diferentes ciudades de Chile entienden los contenidos locales y las representaciones en medios producidos en la capital. Sus hallazgos dan cuenta de una importante brecha entre lo que consumen las personas y el lugar donde se producen esos contenidos, y abre interrogantes sobre la oferta informativa en diarios y noticieros.

En un ámbito distinto sobre la ficción, Paul Alonso examina el papel de la sátira y la crítica política en México personificada en un popular personaje de ficción. En su análisis, Alonso destaca el impacto del payaso Brozo, el desgaste de la autoridad del periodismo moderno y el fortalecimiento de la espectacularización de la comunicación política.

Finalmente, el impacto de los avisos publicitarios hedonistas en el comportamiento de las personas es el foco del trabajo de Arturo González. Su estudio explora la asimilación

entre habitantes de Monterrey, México, de mensajes que relacionan la felicidad con el poder y el dinero, y aborda el efecto de diferentes factores socio-demográficos en esa relación.

Además de estos trabajos en la sección temática principal, esta edición número 37 de *Cuadernos.Info* cuenta con otros ocho artículos sobre temas generales relacionados con el mundo de la comunicación, los cuales dan cuenta de las diversas tendencias temáticas y metodológicas que la revista ha recibido en los últimos meses. Estos abarcan investigaciones sobre el mundo del periodismo (como los trabajos de Stange y Salinas y el de Arcila et al.); la comunicación aplicada o corporativa (desde la relación entre periodismo y responsabilidad social empresarial, en el caso del artículo de Ocampo-Villegas et al., o desde el *branding*, en el trabajo de Fernández-Cavia y Castro); la relación entre comunicación-educación y pobreza (abordada en el artículo de Condeza, Gálvez y Montenegro); la comunicación política (el texto de Pablo Matus) y la comunicación científica (abordada desde la difusión especializada de contenidos científicos sobre comunicaciones en el trabajo de Mari-Sáez y Ceballos-Castro y desde la difusión masiva de contenidos relacionados con la astronomía en el artículo de Teresa Vernal).