



Por Omar Raúl Martínez

Publicado originalmente en RMC 135

Con este ejemplar, el reloj marca una edad celebratoria para la Revista Mexicana de Comunicación: cinco lustros, dos décadas y media, 25 años de vida.

Concebida en el seno de la Fundación Manuel Buendía con el afán de estimular sus propósitos, la RMC aparece en el escenario de la prensa mexicana en septiembre de 1988 bajo la batuta y el entusiasmo tenaz de Miguel Ángel Sánchez de Armas y el acompañamiento y respaldo de un importante grupo de investigadores y periodistas.

Desde un principio nos planteamos la pertinencia de abrir un espacio periódico en donde tuvieran lugar preponderante el registro, la reflexión, el análisis, el escrutinio y el debate en torno al papel de los medios de comunicación en México y el mundo.

El entorno social, académico, político y profesional de aquella época volvía indispensable un foro de esta naturaleza habida cuenta que eran contadísimos los espacios de análisis y reflexiones sobre tales tópicos en cuya sustancia abrevaran del aporte académico y la perspectiva periodística.

Adicionalmente desde tres lustros previos se venía presentando una veloz expansión tanto de los estudios superiores de comunicación como de la infraestructura y cobertura de los medios masivos, lo cual suponía la aparición de nuevos fenómenos sociopolíticos, económicos y culturales necesarios

de examinar a la luz de la nueva realidad. Tres fueron, por tanto, los objetivos centrales que se impuso la *Revista Mexicana de Comunicación*:

1. Rescatar y compartir materiales o aportaciones de investigadores de la comunicación para su amplia difusión con el ánimo de fomentar la permanente actualización, el intercambio y la discusión.
2. Difundir los reportajes, entrevistas, ensayos y artículos especializados de periodistas sobre los grandes temas en el área o acerca de aspectos coyunturales dignos de escrutinio y examen.
3. Ofrecer un espacio de encuentro informativo a la comunidad del periodismo y de la academia, que precisa de estudios serios y documentados para profundizar en ciertos segmentos o ampliar sus horizontes profesionales.

De esa suerte, desde su origen la *RMC* asume un perfil que engarce teoría y práctica, que vincule a los académicos con los periodistas, que acerque a los estudiantes con el ámbito profesional, que amplíe las miradas y lazos entre los expertos de la comunicación y las audiencias no especializadas...

Las comunidades académica y periodística recibieron con buenos ojos la llegada de ese naciente espacio, aunque algunos la miraron como un interesante proyecto que, al no estar respaldado en alguna institución pública o universitaria, pasaría a engrosar la lista de proyectos frustrados en el ámbito de la divulgación de la comunicación.

A 25 años de distancia de su primera luz, la revista ha pretendido mantenerse fiel a sus principios y afanes primigenios: estrechar los vínculos entre la investigación científica y el quehacer mediático. Al respecto, Francisco de Jesús Aceves ha escrito: la *RMC* ha logrado “derribar las ancestrales barreras entre comunicadores y comunicólogos”. Por su parte, en un análisis en torno al debate sobre la investigación de la comunicación en México publicado en la primera edición, Enrique Sánchez Ruiz sostiene en las siguientes páginas que “la *RMC* ha permanecido como un intermediario de gran valía entre investigadores y diversos públicos especializados y no especializados, tal y como prometía el editorial del primer número”.

## Recorrido y contexto

El director fundador, Miguel Ángel Sánchez de Armas, en 1994 observaba dos etapas en un balance preliminar:

*La primera corre desde su gestación, su nacimiento, su sobrevivencia y crecimiento, y termina en junio de 1992, cuando me separo por otros compromisos profesionales incompatibles con la dirección de RMC. La otra comprende de entonces a la fecha, encabezada por Omar Raúl Martínez, y es la fase de la consolidación y ampliación de la revista.*

Al ofrecer un encuadre histórico en la presente edición, José Luis Esquivel refiere que a lo largo de estos cinco lustros, tanto en su formato impreso como en su versión digital, no han faltado “los temas de palpitante actualidad”, los cuales “hemos conocido a plenitud a través de la pluma de verdaderos expertos”. En otras palabras: no resulta aventurado señalar que asomarse a las 135 ediciones de *RMC* que abarcan de septiembre de 1988 a septiembre de 2013, significa acercarse a

la historia de los medios de comunicación, así como al diagnóstico de varios de los relevantes temas emergidos en ese periodo desde la mirada e inteligencia de los estudiosos y periodistas más destacados de nuestro país.

Es justo recordar que en sus primeros 25 años de vida, la *Revista Mexicana de Comunicación* ha podido compartir el trayecto con otras publicaciones y espacios cuyos valiosos aportes han contribuido a enriquecer el espectro del análisis de los medios y la comunicación en sus diversas facetas: *Comunicación y Sociedad*, una revista académica semestral especializada que también desde 1988 publica resultados de investigación, así como acerca de teorías y metodologías, publicada por la Universidad de Guadalajara. Igualmente digna de reconocimiento es la revista radiofónica *El Fin justifica a los medios*, que bajo la batuta de Graciela Ramírez se difunde los martes por Radio Educación desde hace 24 años. Asimismo hemos transitado rumbos con dos revistas muy significativas en la última década: *Etcétera. Para entender a los medios*, dirigida por Marco Levario Turcott; y *Zócalo. Comunicación, política y sociedad*, comandada por Carlos Padilla Ríos. En el ámbito digital ha sido destacable la labor de *Razón y Palabra*, "Primera revista digital en Iberoamérica especializada en Comunicología", editada por el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, encabezada por Octavio Islas y Fernando Gutiérrez.

Debido a la multiplicación de foros para discutir los medios y la comunicación, pero específicamente al soslayo a la asignación publicitaria a revistas científicas y culturales, así como al franco despegue de la Internet con la difusión gratuita de contenidos, en los últimos 12 años no ha sido sencillo el mantenimiento de la *RMC*, pero sigue persistiendo en sus empeños.

Gracias al incondicional apoyo de amigos académicos y periodistas que nos privilegian con sus aportaciones para compartirlas a nuestro público; gracias a la entrega absoluta del equipo de producción editorial de la Fundación Manuel Buendía que ha puesto vida, alma y corazón (cuyos nombres aparecen en la siguiente foto); y gracias a los amigos funcionarios que desde sus respectivas entidades institucionales nos apoyan con sus difusiones publicitarias, ha sido posible llegar al día de hoy y celebrar este XXV aniversario de *RMC*.

Gracias también a todos ellos y en especial al equipo operativo comandado por Jorge Tirzo, actual director ejecutivo de la Fundación Manuel Buendía y sub-director de *RMC*, la versión en línea no solo se ha enriquecido y sistematizado en sus contenidos sino además se le ha dado un nuevo cariz visual con el apoyo de jóvenes universitarios.

## Voces expertas

Así, además de su versión impresa, con el impulso en su formato digital que se actualiza de manera sistemática, la *Revista Mexicana de Comunicación* refrenda hoy su compromiso de seguir ofreciendo textos de largo aliento como los que precisamente se recogen en la presente edición: Perla Gómez, por ejemplo, en un puntual ejercicio de análisis y síntesis, sienta 25 reflexiones dignas de atender en estos cinco lustros a propósito de las implicaciones y polémicas aristas de la libertad de expresión en nuestro país.

Carmen Gómez Mont -académica que muy pocas veces ha faltado a la cita con su acostumbrada columna en *RMC*- escribe sobre las tecnologías de la Información y la Comunicación en el proceso de informatización de las sociedades, considerando sus significados en lo social, lo educativo y lo profesional.

Alma Rosa Alva de la Selva desarrolla una claridosa revisión sobre las múltiples transfiguraciones

que la TV mexicana ha vivido a lo largo de 25 años donde la veta comercial ha tendido a mantener rezagado al sector en su sentido social y político.

Francisco Vidal registra y analiza cómo -justo desde la aparición de la *RMC*- inicia el despegue de las telecomunicaciones en el país, ofreciendo un documentado estudio hasta el momento actual donde la diversificación de plataformas de distribución de contenidos ha generado una lucha continua entre los grandes consorcios del área en México y el mundo.

Francisco Aceves realiza una revisión de sus propias aportaciones expuestas en *RMC* acerca de comunicación política y movimientos sociales, como una muestra paradigmática de que, así como éste, han sido tocados una multiplicidad de temas. Octavio Islas y Amaia Arribas ofrecen una radiografía de la *Generación Einstein*, fenómeno de la ecología cultural de las sociedades contemporáneas, desplegado con el auge de la Internet en los últimos 25 años.

Fátima Fernández, Patricia Ortega y Beatriz Solís rescatan de la memoria una valiosa recapitulación en torno a las aportaciones que los investigadores de la comunicación han realizado en las últimas tres décadas y media, las cuales permiten aquilatar su directa incidencia en la concepción y construcción de la reciente reforma legislativa en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, para confirmar “lo beneficioso que puede resultar la reflexión unida a la acción”.

Guillermo Orozco publica un sugerente reflexión sobre el desdén mediático y legislativo en lo que concierne a los derechos comunicativos de las audiencias, lo cual a su vez ha generado en los años recientes un vacío jurídico “que lamentablemente se ensancha [...] como consecuencia del abuso creciente de quienes detentan el poder y el control de los medios masivos”.

Felipe López Veneroni comparte puntuales razonamientos de corte filosófico en torno a los alcances de la comunicación científica y el divulgador de la ciencia, un tema que ha venido ganando terreno en los últimos cinco lustros.

José Manuel de Pablos, Concha Mateos y Alberto Ardevel, invitados internacionales, diseccionan un tópico que mueve a la preocupación de los medios impresos: la *inminente* desaparición del papel, y particularmente de las revistas científicas en ese soporte, lo cual obliga a un replanteamiento de su función a través de los nuevos recursos tecnológicos.

Y con los artículos de Guillermina Baena Paz y de Andrés Valdez Zepeda relativos a diversas vertientes de la comunicación política, la presente edición cierra un singular y excepcional caleidoscopio de voces expertas, tal y como lo hemos venido procurando en cada una de las 135 ediciones de *RMC*.

Por nuestra parte, sólo nos resta agradecer a la vida, al tiempo, a los más cercanos, a nuestros fieles lectores, la oportunidad que nos brindan de compartir un foro como *Revista Mexicana de Comunicación*. Esperamos seguir contando con su respaldo y su acompañamiento que siempre nos resultan vitales. Orgullosamente alzamos la copa para decir: ¡Salud!

Docente e investigador de la División de Ciencias de la Comunicación en la UAM Cuajimalpa.  
Director de *Revista Mexicana de Comunicación*. Profesor de la UNAM y de la Maestría de Periodismo Político en la EPCSG.