

## PRESENTACIÓN

Este quinto número de *Temas de Comunicación* es de cierta manera un epílogo a las celebraciones del 40 aniversario de la Universidad Católica Andrés Bello que marcaron el año 1993. Ahora, cuando la Universidad entra de lleno en su etapa de madurez y el país encuentra nuevos rumbos, la reflexión sobre el que hacer social es una tarea imperiosa que nosotros hemos asumido y seguimos asumiendo desde esta tribuna.

Este ejemplar de la revista es un buena muestra de ello. La primera sección se abre con un trabajo del P. Jesús María Aguirre, s.j. titulado «**Pensamiento postilustrado sobre la experiencia mítico-religiosa**», en el que se esbozan las limitaciones de cierto pensamiento positivista y cientificista para comprender la globalidad de la experiencia humana, particularmente debido al fracaso y los horrores derivados de las utopías «progresistas». El autor propone la revalorización de la experiencia mítico-religiosa como generadora de «sentido».

Le sigue un artículo sobre «**La representación de la enfermedad y la salud en la televisión: consideraciones teóricas sobre la divulgación sanitaria**» en el que quien suscribe esta presentación analiza el esquema tradicional de la divulgación científica y sanitaria, que parte de la premisa del sabio (el científico) y el ignorante (el auditorio), y ofrece una visión alternativa, donde se incorpora a la representación social como factor central para lograr la empatía entre divulgador y perceptor.

Por su lado, Massimo Desiato explica en «**El poder en y tras la comunicación**», cómo las nuevas tecnologías de la información han significado la fragmentación del poder, lo que ha revalorizado el poder de los espectadores que dejan de ser víctimas de un proceso de manipulación y se convierten en actores con capacidad de autonomía gracias al «poderoso medio» llamado cultura.

En «**De lo humano en las imágenes**», Daniela Milhaljevic retrata la complejidad social de estos tiempos que impide el surgimiento y consolidación de las doctrinas, entendidas éstas como fuentes de verdades únicas.

Después, Marcelino Bisbal nos ofrece un acucioso análisis sobre «**La programación televisiva y el usuario ¿quién manda?**» en el que describe una oferta audiovisual en plena expansión y donde los contenidos viajan ahora en formatos, como los juegos interactivos, imponiendo nuevos usos para la televisión lo que genera interrogantes inéditas sobre la influencia social de los medios.

Luisa Palacios y Jennifer Flasz presentan un resumen de su trabajo de grado titulado **«Impacto de la televisión por suscripción en la audiencia latinoamericana: caso Venezuela»**. Los resultados, si bien parciales, muestran una ligera fragmentación de la audiencia, ya que quienes tienen acceso a la tv pagada dividen su tiempo entre esta opción y la tv libre. .

En **«Relaciones Públicas hacia el Siglo XXI»**, Luis Moreno Gómez dibuja un contexto socio-político y económico cambiante y «turbulento» que impone retos que las relaciones públicas deben asumir para mantener su vigencia en el mundo de los negocios.

Leandro Cantó presenta la segunda entrega de una serie de trabajos sobre la economía bajo el título **«El imposible valor objetivo»**, en el que rescata a la subjetividad como factor determinante del proceso económico.

Cierra la sección de artículos un balance de la gestión del Centro de Investigaciones de la Comunicación, que hace su directora Caroline Bosc-Bierne de Oteyza. Acompaña a este trabajo uno de carácter más técnico firmado por Héctor Álvarez, especialista en Sistemas de Información y Biblioteconomía, sobre la normalización de la base de datos fotográfica del CIC.

La sección «Documentos» se abre con la **«Lectio Brevis: La UCAB en su 40 aniversario»** del Rector, P. Luis Ugalde, s.j. con la que se dio comienzo al año académico 1993 -1994. Le sigue el discurso de Emilio Píriz Pérez en el acto de presentación de las publicaciones de la Escuela de Comunicación Social, en el que hace un recuento de su labor como director de la Escuela y director-fundador de esta publicación. También se incluyen las palabras que en esa misma ocasión dirigió Antonio Pasquali, donde hizo una breve pero acertada presentación de los libros editados por la Escuela de Comunicación Social. Por su lado, el P. José Martínez Terrero, s.j., en un texto titulado **«Comunicación y Religión»** ofrece una extensa bibliografía sobre el tema y sugiere temas de investigación.

Cierra la revista la reseña de tres importantes acuerdos de pasantía firmados entre la Escuela de Comunicación Social con CONAPRI, la agencia de noticias EFE y la revista Publicidad y Mercadeo.

Isaac Nahón