

# CONTENIDO

## EDITORIAL

Azul Kikey Castelli Olvera .....	5-7
-------------------------------------	-----

## ARTÍCULOS

Credibilidad y confianza que otorgan los jóvenes a la comunicación gubernamental sobre la covid-19 en la zona metropolitana del Valle de México  
Rebeca Arévalo Martínez/Rogelio Del Prado Flores/Isabel Lincoln Strange R.

Credibility and Confidence that Young People Give to Government Communication About Covid-19 in The Metropolitan Area of The Valley of Mexico .....	9-44
--	------

La opinión periodística y la 4T ante el primer año de gobierno de Andrés Manuel López Obrador. Análisis de cuatro textos periodísticos: entre las críticas a la inseguridad nacional y el desdén a los logros del régimen  
Rosa María Valles Ruiz

The Journalistic Opinion and the 4T Before the First Year Andrés Manuel López Obrador Government's. Analysis of Four Journalistic Texts: Between Criticism of National Insecurity and Disdain for The Regime's Achievements .....	45-76
--	-------

Posverdad, medios de comunicación y repercusiones sociales: caso de Donald Trump en las elecciones 2016 y 2020 en Estados Unidos  
Berenice Alfaro Ponce/Gerardo Ángeles Galván/Daniel Zorrilla-Velázquez

Post-truth, The Media and Social Repercussions: The Case of Donald Trump in the 2016 and 2020 Elections in The United States .....	77-98
---	-------

Representaciones sociales del arte contemporáneo en la ilustración del primer libro de texto gratuito (LTG) de la Secretaría de Educación Pública en México  
Raúl Arenas García

Social Representation of Contemporary Art in The Illustration of The First Free Textbook of The Ministry of Public Education in Mexico  
..... 99-126

Representaciones mediáticas del imaginario social y la heroína mítica en la película *El Bar* de Álex de la Iglesia  
Azul Kikey Castelli Olvera

Media Representations of The Social Imaginary and The Mythical Heroin in The Film *El Bar* de Álex de la Iglesia  
..... 127-166

**RESEÑA**

*Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino: Seis estudios de caso*  
Beatriz Méndez De Dios  
..... 167-174

**NORMAS DE PUBLICACIÓN**

..... 175-194

**PUBLICATION RULES**

..... 195-214

## EDITORIAL

Los imaginarios sociales son aquellas imágenes y referentes comunes que dan cohesión a un determinado grupo cultural, según Jung, tienen su origen en lo que él denomina inconsciente colectivo, son inasibles e inmemoriales, compartidos y moldeables. Estos imaginarios permiten dar sentido al mundo y construir una realidad colectiva. Durand, en coherencia con Jung apunta que estos imaginarios son resultado del imaginar colectivo que permite que construyamos una realidad compartida y derivan precisamente de la evolución psicológica por la que atravesamos todos los seres humanos para conformarnos en personas capaces de insertarse y funcionar en un grupo social a partir de códigos compartidos. Por su parte, Castoriadis denominaba a estos imaginarios como un magma colectivo que se encuentra en lo profundo de la psique humana, sin el cual no podríamos entendernos dentro de una cultura.

Sea cual sea el autor al que se acuda, lo cierto es que estos imaginarios o estructuras antropológicas se reiteran una y otra vez en diversos productos culturales y expresiones humanas, se van ajustando o moldeando a través de las épocas, y perviven a través del tiempo. Vinculadas directamente con esos imaginarios se encuentran las representaciones sociales, a las cuales Moscovici concibe como formas prácticas de pensamiento social, orientadas a la comunicación, comprensión y dominio del entorno.

El proceso de representar es complejo, no es un simple reflejo mental de la realidad si no la creación de un significado individual y colectivo derivado de la relación entre un sujeto y un objeto, sea este último tangible o intangible. Las representaciones sociales, entonces, se ven permeadas por los imaginarios sociales, pero sobre todo por la época en la que se construyen, por lo que se vinculan con el contexto social, cultural y político de un pueblo.

Estas representaciones se encuentran mediadas, tal y como ya se mencionó, por el contexto histórico en el que se significan, pero también se ven profundamente incididas por los medios de comunicación y las reiteraciones y modificaciones que estos hacen de aquellas y que son consumidas y resignificadas por los públicos.

Derivado de las complejas discusiones que en el ámbito de la investigación se han originado, en este número de la revista *Xihmai*, presentamos seis trabajos académicos que giran en torno a estos conceptos. Desde enfoques y disciplinas diversos se conforma un popurrí teórico y académico que permite abordar

desde diferentes miradas a las representaciones sociales e imaginarios a partir de su expresión mediada por diversos medios de comunicación: prensa, literatura, televisión, cine, música, redes sociales y arte.

De esta manera, el primer trabajo que se nos presenta *Credibilidad y confianza que otorgan los jóvenes a la comunicación gubernamental sobre la covid-19 en la zona metropolitana del Valle de México*, de Arévalo-Martínez, Del Prado-Flores y Lincoln-Strange, analiza desde un enfoque político y cuantitativo la representación mediática que la comunicación gubernamental desarrolló en torno a la contingencia sanitaria y al virus COVID-19, y el cómo estas representaciones permean en la imagen colectiva que sobre esto tienen las y los jóvenes de la zona metropolitana de la Ciudad de México.

Por otro lado, *La opinión periodística y la 4T ante el primer año de gobierno de Andrés Manuel López Obrador. Análisis de cuatro textos periodísticos: entre las críticas a la inseguridad nacional y el desdén a los logros del régimen*, de Valles Ruiz, recupera, a través del análisis del discurso la representación mediática que han hecho desde la prensa sobre la Cuarta Transformación y el gobierno controversial de López Obrador cuatro líderes de opinión, tomando en cuenta como unidades de análisis: la construcción del sujeto discursivo y la intencionalidad de los discursos emitidos.

Así mismo, Alfaro-Ponce, Ángeles-Galván y Zorrilla-Velázquez en *Posverdad, medios de comunicación y repercusiones sociales: caso de Donald Trump en las elecciones 2016 y 2020 en Estados Unidos*, plantean un interesante análisis sobre el nuevo papel de los públicos frente al uso de nuevas tecnologías en los medios, las cuales permiten a las audiencias tener papeles activos y fluctuar entre su rol de consumidores y creadores, confluyendo en fenómenos como la posverdad o las verdades interrumpidas donde se juega con las representaciones mediáticas de la política y de los grupos insertos en esta. Aunque de corte exploratorio, este trabajo presenta una visión nueva y crítica desde lo académico y la teoría general de la información.

Siguiendo la temática de este número, el trabajo *Representaciones sociales del arte contemporáneo en la ilustración del primer libro de texto gratuito (LTG) de la Secretaría de Educación Pública en México* de Arenas García analiza cómo las representaciones sociales que se promovieron para crear una imagen de lo mexicano y de héroe nacional a través del arte contemporáneo migraron a los primeros ejemplares de texto gratuito que se distribuyeron en México,

imágenes que aún permean el imaginario actual de lo que concebimos como patria.

Posterior a esta aportación, el trabajo *Representaciones mediáticas del imaginario social y la heroína mítica en la película El bar de Álex de la Iglesia*, de autoría de quien escribe esta editorial, recupera la propuesta teórica de Carretero-Pasín, Durand y Campbell para analizar los imaginarios míticos que se reiteran una y otra vez en el discurso cinematográfico de Álex de la Iglesia y cómo estos inciden en las representaciones de la heroína mítica.

Cerramos esta edición con broche de oro, se presenta la reseña *Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino: seis estudios de caso*, de Méndez de Dios que recupera la publicación coordinada por Tania Rodríguez Salazar, quien integra seis estudios de caso sobre las representaciones mediáticas del amor, en diversos productos mediáticos: cine, televisión, música y literatura.

Finalmente, no me queda más que desearle al lector o lectora un extraordinario viaje por esta edición, que es un Frankenstein teórico sobre las representaciones mediáticas, y que justamente por esa condición de costura y recostura, de planteamientos y replanteamientos, encuentra su belleza y su valor en la confluencia de múltiples miradas que exponen así la complejidad del imaginario social y las representaciones sociales a partir de diversas expresiones mediáticas.

Azul Kikey Castelli Olvera

