

Las revistas de comunicación en Europa: Reino Unido y Alemania

POR DANIEL E. JONES

El desarrollo de la investigación moderna sobre comunicación social ha sido en Europa más lento y tardío que en Estados Unidos, a causa sobre todo de las dos Guerras Mundiales y de las crisis posteriores. No sería hasta los años 50 y 60 cuando aparecerían las primeras revistas académicas que revolucionaron el panorama europeo, como las alemanas *Rundfunk und Fernsehen* (1953-) y *Publizistik* (1956-), la holandesa *Gazette* (1955-), las británicas *Media Development* (1953-) e *Inter Media* (1969-) y las francesas *Communications* (1962-) y *Langages* (1966-). A partir de entonces, existen varios ejemplos ilustres de revistas editadas en distintos países y lenguas, desde diferentes aproximaciones ideológicas o teóricas y con diversos niveles de incidencia social y cultural.

Pero en la Europa continental la situación ha sido bastante diferente a la del Reino Unido, debido a factores diversos. En general, las revistas británicas especializadas en el análisis de los fenómenos comunicativos y culturales presentan resultados de investigaciones puntuales y empíricas; sin embargo, las continentales [sobre todo las francesas] prefieren los estudios de carácter globalizador, con aportaciones teóricas y metodológicas. Aquéllas están orientadas más bien a la instrumentalización práctica de los resultados [ya sea con fines comerciales, políticos o educativos], en tanto que éstas suelen contener propuestas críticas o alternativas que aparecen a veces alejadas de la estricta realidad.

Los países más significativos de la Europa continental (como Alemania, Francia, Italia y España), por tanto, quedan relegados, debido a la hegemonía cultural anglosajona, a un segundo plano en la esfera internacional: hasta donde llega la influencia de sus respectivas lenguas. Esto es lo que ocurre especialmente con las publicaciones francesas en particular y con las francófonas en general, es decir las editadas en regiones específicas de países como Bélgica, Suiza, Canadá, o bien en algunos países del Tercer Mundo o por organizaciones internacionales que cuentan con esta lengua como vehículo de difusión.



Pero este artículo no se refiere a la globalidad del «espacio europeo», sino a una especie de europeidad selectiva, en la que se incluyen sólo países como el Reino Unido y Alemania, en una primera entrega, y Francia, Italia y Portugal, en una segunda, pero no otros más lejanos desde el punto de vista cultural y lingüístico, ni tampoco la propia España, que merecerá un tratamiento específico en otra ocasión.

La hegemonía británica

El papel preponderante que ejerce el mundo anglosajón dentro del panorama científico y tecnológico internacional en todas las áreas del conocimiento se manifiesta también, como no podía ser menos, en los estudios sobre los fenómenos comunicativos y culturales. Además, la hegemonía británica «que se complementa con países como Estados Unidos, Canadá y Australia, lo que suma unos 325 millones de hablantes» viene acompañada por una clara prepotencia lingüística. En efecto, cualquier revista científica o académica que se precie, y que desee ser considerada dentro de los circuitos internacionales, debe ser publicada en lengua inglesa, fenómeno más perceptible en los países escandinavos e incluso en el Tercer Mundo.

De manera paralela, e íntimamente ligado con lo anterior, se produce una preeminencia en los contenidos, en los modelos, en las teorías y en la selección temática de todo tipo de publicación científica o profesional. Por ello, en el caso específico de la comunicación social, a la primacía anglo-norteamericana en el propio sistema comunicativo de masas «emisores, medios y contenidos» hay que sumar, cada vez más, una preponderancia en las publicaciones dedicadas a analizar este tipo de fenómenos.

Las revistas que se ocupan habitualmente de las diferentes facetas de la comunicación social y las nuevas tecnologías de la información son acaparadas prácticamente por instituciones de los países anglosajones más importantes, así como por casi todos los organismos internacionales «de carácter profesional, empresarial, documental, docente o de investigación» que utilizan también el inglés.

En efecto, las principales universidades e instituciones públicas cuentan con importantes revistas dedicadas al análisis de los fenómenos comunicativos y de los diferentes medios desde toda perspectiva científica: histórica, sociológica, económica, política, lingüística, antropológica, semiótica o tecnológica. Asimismo, las principales editoriales especializadas en ciencias sociales y humanidades suelen editar revistas que se ocupan de los fenómenos comunicativos, tanto desde la óptica académica como de la profesional.

Entre las publicaciones británicas más significativas pueden citarse las siguientes: en Londres, SAGE, el mayor editor, publica *Discourse Studies*; *Discourse & Society*; *Journal of Communication*; *Gazette: The International Journal for Communication Studies*; *Journalism: Theory, Practice and Criticism*; *Media, Culture & Society*; *New Media & Society* y *Visual Communication*, entre otras. También en Londres, el International Institute for Communications sostiene *Inter Media: Setting the Agenda in Communications Policy*, y la World Association for Christian Communication promueve *Media Development*.

Por su parte, el otro gran grupo, Taylor & Francis, publica en Abingdon *The Communication Review; Historical Journal of Film, Radio and Television; Information, Communication & Society; Journal of Applied Communication Research* y *Media History*. En Luton, la University of Luton edita *British Journalism Review* y *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*. En Oxford, el World Advertising Research Center edita *International Journal of Advertising*, y la Oxford University Press, *International Journal of Public Opinion Research*. En Glasgow, Pergamon publica *Telecommunications Policy*, y en Croydon, Tolley y Reed Elsevier editan conjuntamente *Communications Law*.

La tradición alemana

La investigación sobre los fenómenos comunicativos sociales en Alemania data de épocas muy tempranas, ya que la primera tesis doctoral sobre prensa se leyó en la Universidad de Leipzig en 1690. Sin embargo, los estudios académicos modernos se remontan a 1916, cuando se instaló el primer instituto universitario para el análisis de los diarios en esa misma universidad, y diez años más tarde ya existía la especialidad de [Ciencia Periodística] en nueve universidades del país, fenómeno que se amplió a la radiotelevisión, el cine y la propaganda política durante la etapa nazi (1933-1945).

Como consecuencia del compromiso político con el régimen hitleriano, este tipo de investigaciones quedó bastante desprestigiado después de la Segunda Guerra Mundial, hasta que en los años 50, debido a la influencia norteamericana, reaparecieron los estudios universitarios y las publicaciones académicas, que lograron una expansión importante a partir de los años 60, y se han preocupado preferentemente por los trabajos sobre la producción periodística, el análisis de contenido, los usos sociales de los medios, los efectos sobre las audiencias, la economía de la información, la comunicación política, la legislación, y la publicidad y las relaciones públicas.

El interés internacional de la investigación alemana en comunicación social se centra en las áreas de habla inglesa (sobre todo EEUU y Reino Unido), de manera que las revistas académicas anglosajonas (especialmente *Communication Research*, *European Journal of Communication* y *Journal of Communication*) tienen una gran influencia entre los investigadores alemanes, fenómeno que no se da con publicaciones en otras lenguas como el francés, el italiano o el español.

Aunque sin el menor ánimo de exhaustividad, entre las revistas germanas destacan *Communicatio Socialis: Internationale Zeitschrift für Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft* (Paderborn: Schöningh); *Medien & Kommunikations-wissenschaft* (Baden-Baden: Hans-Bredow-Institut); *Medium Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film, Presse* (Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik); *Publizistik Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung* (Constanza: Universitätsverlag Konstanz), y *Rundfunk und Fernsehen* (Baden-Baden: Hans-Bredow-Institut).

Para lograr una mayor proyección internacional, la Asociación Alemana de Investigación en Comunicación publica *Communications: The European Journal of Communication Research*

(Berlín: Mouton de Gruyter), debido a que la lengua germana, aunque cuenta con unos cien millones de hablantes, está concentrada principalmente en Alemania, Austria y Suiza.

