El desinterés por la prensa en las revistas de comunicación

POR **DANIEL E. JONES**

La prensa, al igual que otros medios impresos como el libro y la publicidad (y por extensión el cómic y las agencias de noticias), no cuenta con un interés acorde con su importancia social, económica, política, cultural y educativa por parte de las revistas académicas especializadas en el campo de la comunicación social, las industrias culturales y las nuevas tecnologías. Y eso que se trata de las industrias culturales más antiguas en los países desarrollados, debido a que, gracias a los adelantos técnicos, económicos y sociales producidos a lo largo del siglo XIX, pudieron pasar de una fase artesanal a otra industrial, con lo que lograron expandirse por todo el orbe y transformar profundamente las sociedades.

Este auge impresionante llevó entonces a muchos expertos a analizar el papel de los medios impresos desde diferentes puntos de vista (histórico, político, social, ético, jurídico, técnico, hemerográfico, bibliográfico, etc.), mediante la publicación de gran número de libros, tesis doctorales, congresos de expertos y profesionales, así como de revistas académicas, como la norteamericana *Journalism Quarterly* (nacida en 1917) y muchas otras especializadas en artes gráficas, prensa, publicidad, edición, bibliografía, etc.

Sin embargo, con el siglo XX aparecieron también otros soportes técnicos y, consecuentemente, nuevos medios audiovisuales que le harían la competencia a los impresos (en particular la fonografía, el cine, la radio y la televisión) y que no sólo le quitarían el monopolio en la transmisión de información y conocimiento, sino que también competirían en la conformación de la opinión pública. Pero sobre todo potenciarían funciones como el entretenimiento, el espectáculo y la diversión, más propias del mundo teatral y circense. Tanto es así, que la prensa (y también el libro) tuvieron que ir adaptando poco a poco sus contenidos originales y sus propuestas (tanto formales como expresivas) para poder parecerse cada vez más a los medios audiovisuales, o bien para poder diferenciarse lo más posible de ellos.

Estos medios audiovisuales, más populares y banales y, en general, con mayores cuotas de audiencia que los impresos, han despertado más aún el interés por parte de todo tipo de

Fundación Telefónica
Telefónica

expertos y analistas, primero del cine y la radio y más tarde del cine y la televisión, de tal manera que en las últimas dos o tres décadas han logrado eclipsar casi totalmente el interés por el mundo de la prensa (y también de los otros medios impresos), hasta el extremo de que cada vez resulta más difícil encontrar análisis monográficos o en revistas académicas, y eso que durante muchos años han perdurado los estudios descriptivos de carácter histórico sobre periódicos debido a la facilidad que supone el acceso a las fuentes, sobre todo si se las compara con los medios audiovisuales, que no disponían de archivos hasta épocas más recientes.

Carencias importantes sobre nuevos procesos

En los últimos treinta años, sin duda, la revolución telemática (de integración entre informática, electrónica, telecomunicaciones y audiovisual), acelerada en la actual fase digital, ha contribuido a acentuar el desinterés por la prensa impresa, ya que ha llevado a los expertos a dar un salto y preocuparse sólo por las características y posibilidades de los nuevos diarios digitales, además de volver una y otra vez sobre el mundo audiovisual. Este renovado interés por los medios, las producciones, los profesionales, las audiencias y los efectos audiovisuales parece lógico debido a la centralidad de este sistema en el corazón mismo de las sociedades contemporáneas, pero aun así no se entiende que se haya abandonado prácticamente el estudio de una industria que sigue siendo crucial en nuestra época como es la prensa.

En efecto, hacen falta estudios a fondo no sólo desde el punto de vista de las diferentes disciplinas teóricas, como la Historiografía, la Economía, la Sociología, la Ciencia Política o la Lingüística (incluso desde perspectivas pluridisciplinares, tan necesarias debido a la complejidad de los fenómenos comunicativos sociales), sino también análisis de carácter comparativo (entre publicaciones, empresas, sectores, países), o estudios sobre los cambios en los contenidos, la precariedad laboral de los profesionales, el papel de los nuevos lectores, las interrelaciones con los sectores conexos (como las industrias papelera, artes gráficas, editorial, agencias de noticias, publicidad), los cambios en los procesos de edición debido a las técnicas informáticas y digitales, la descentralización en los procesos de impresión gracias a los satélites, la expansión a nuevos mercados (locales, regionales, nacionales y globales), el desarrollo de las revistas técnicas, especializadas y científicas en todos los campos del saber (y su creciente concentración empresarial), la expansión de la prensa gratuita, la crisis de las revistas de consumo masivo y las transformaciones de los gustos de los lectores, entre otros.

Evidentemente, si estas carencias graves se dan con fuerza en las revistas académicas más significativas de los países desarrollados (con una prensa fuerte y muy consolidada), es especialmente grave en los países iberoamericanos, donde, al escaso conocimiento del sector que existe por parte de los comunicólogos, se suma una falta de transparencia acusada por parte de empresas, profesionales e instituciones públicas.

De todas maneras, aquí podemos citar algunas revistas académicas del Norte que demuestran un mayor interés por este medio, como es el caso de las británicas *British Journalism Review, Gazette: The International Journal for Communication Studies* y *Journalism: Theory, Practice and Criticism,* la francesa *Communication & Langages*, la austriaca *IPI Global Journalist,* la

Fundación Telefónica
Telefónica

italiana *Problemi dell?Informazione* y las norteamericanas *Columbia Journalism Review*, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, *Newspaper Researh Journal* y *Quill: A Magazine for the Professional Journalist.*

Asimismo, entre las publicaciones especializadas editadas en América Latina pueden citarse la ecuatoriana *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, la venezolana *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, las mexicanas *Etcétera: Una Ventana al Mundo de los Medios, Revista Mexicana de Comunicación* y *Sala de Prensa*, la brasileña *Pauta Geral: Revista de Jornalismo,* y las norteamericanas en español *Hora de Cierre y Pulso del Periodismo*.

Finalmente, entre las revistas académicas españolas más significativas de la actualidad que se interesan más por la prensa podemos citar las andaluzas *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación* y *Ámbitos: Revista Andaluza de Comunicación,* las catalanas *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, Capçalera* y *Periodística*, las madrileñas *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* e *Historia y Comunicación Social*, la navarra *Comunicación y Sociedad*, y la vasca *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*.

Fundación Telefónica
Telefónica