Los análisis económicos en las revistas de comunicación

POR **DANIEL E. JONES**

Los análisis de carácter económico incluidos en las revistas especializadas en el campo de la comunicación social y las industrias culturales han tenido un auge importante en las últimas dos décadas, sobre todo debido al creciente volumen de negocio de las empresas de este hipersector, así como a los procesos de concentración empresarial y la conformación de grandes grupos multimedios, en gran medida como resultado de los procesos de desregulación de los medios públicos.

Sin embargo, este tipo de aproximación teórica tuvo desde la primera mitad del siglo XX más fortuna en Estados Unidos que en Europa y no sólo debido a las crisis desencadenadas aquí por las dos guerras mundiales o por la existencia de monopolios públicos de radio y televisión, sino a una concepción diferente entre los estudiosos (y reguladores) a uno y otro lado del Atlántico.

Mientras que los europeos sentían una cierta repugnancia por mezclar la «cultura» con la «economía», el «espíritu» con la «materia», los norteamericanos no tuvieron este prejuicio pues desde la misma industrialización de estas actividades (prensa, libro, disco, cine, radio, televisión, etc.) las consideraron como producciones de carácter mercantil dedicadas a satisfacer necesidades de información, opinión, entretenimiento o diversión. Por ello, esta concepción mercantilista está en la propia historia de estos productos de contenido simbólico desde los años treinta del siglo XIX en Estados Unidos.

Los europeos importaron los modelos de industrialización, aunque consideraron estas actividades como esencialmente culturales. No es casual que el concepto de «industria cultural» sea de matriz germánica. En efecto, desde la alta cultura humanística, los filósofos de la Escuela de Francfort despreciaban en los años cuarenta del siglo XX la creciente industrialización de la cultura, aunque en realidad confundían el mismo proceso de reproducción industrial con un tipo de producto que ésta genera: la «cultura de masas».

Fundación Telefónica
Telefónica

Desde entonces tenemos dos corrientes de análisis muy significativas: una «integrada», que arranca también en los años cuarenta con la Mass Communications Research en EEUU y prosigue con las teorías «desarrollistas» y «modernizadoras» de los años cincuenta y sesenta, la «industria del conocimiento» en los sesenta, la «sociedad de la información» en los setenta y la inevitable «globalización» en los noventa, y otra «crítica» (fundamentalmente europea y latinoamericana, de matriz marxista), que tras la Escuela de Francfort prosiguió con las teorías de la «dominación» y la «dependencia» (muy activas en los años setenta y ochenta) y en los heterogéneos movimientos de «antiglobalización» en la actualidad.

Lógicamente, estas corrientes teóricas (con su correlato de acciones políticas y económicas reales) han tenido su reflejo, en mayor o menor medida, en las revistas teóricas del campo de la comunicación, aunque no resulta sencillo hacer un recorrido sistemático y exhaustivo debido a la gran cantidad de textos publicados en las últimas décadas. Tampoco es fácil situar claramente a todas las publicaciones teóricas en una corriente u otra, debido a la existencia de abundantes textos mixtos o de contraste de pareceres, de perspectivas macro o micro. Es cierto que, en líneas generales, podríamos situar las publicaciones más «integradas» entre las norteamericanas (y algunas británicas), y las más «críticas» entre las latinoamericanas, dejando un espacio más «ecléctico» para las europeas.

Haciendo un breve recorrido actual podríamos citar algunas publicaciones norteamericanas, como *The Information Society: An International Journal, Journal of Bussiness and Technical Communication, Journal of Communications, Newspaper Research Journal* y *Journalism and Mass Communication Quarterly*, entre otras.

Por su parte, entre las latinoamericanas habría que citar las venezolanas *Anuario ININCO* y *Comunicación*, la ecuatoriana *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, las brasileñas *Comunicação & Política* y *Eptic On Line*, las mexicanas *Comunicación y Sociedad, Etcétera* y *Revista Mexicana de Comunicación*, la peruana *Diá-logos de la Comunicación* y la colombiana *Escribanía: Comunicación, Cultura, Región*, entre las más significativas de la especialidad.

A su vez, entre las revistas académicas europeas que abordan la perspectiva económica en sus páginas de manera más o menos habitual conviene recordar las británicas *British Journalism Review, Cable & Satellite Europe, European Journal of Communications, Inter Media, Media Culture & Society, Media Development* y *Telecommunications Policy*; las francesas *Communications & Strategies* y *Dossiers de l?Audiovisuel*, y las españolas *Ámbitos*, de Andalucía; *Cuadernos de Información y Comunicación* y *TELOS*, de Madrid; *Comunicación y Sociedad*, de Navarra; *Quaderns del CAC* y *Voces y Culturas*, de Cataluña, y *Zer*, del País Vasco, entre otras.

En los últimos años, los análisis de carácter económico en las revistas teóricas internacionales (después del intenso debate entre el Norte y el Sur sobre la «dependencia», el «imperialismo cultural» y el NOMIC, que llevaron a la quiebra de la UNESCO a mediados de los años ochenta) han moderado su lenguaje, se han desprendido de una carga ideológica excesiva y se han centrado en cuestiones más pragmáticas, como las interrelaciones entre las políticas mediática, económica y tecnológica, la buena administración de las empresas mediáticas, los

Fundación Telefónica
Telefónica

crecientes procesos de concentración y transnacionalización empresarial, los fenómenos de globalización, los procesos de integración empresarial, tecnológica y profesional, los procesos de comercialización y mercadotecnia, y las transformaciones producidas por las nuevas tecnologías digitales. Indudablemente, las industrias más estudiadas han sido sobre todo las audiovisuales electrónicas, dejando a un lado la prensa, la radio, la fonografía o la publicidad, y los mercados que han despertado más interés han sido, como no podía ser de otra manera, los más ricos y desarrollados.

Fundación Telefónica
Telefónica