Telos, decana de las revistas sobre TIC y Comunicación. Aportaciones de la madurez

La entrega de este número 87 de *Telos* contiene importantes aportaciones sobre las relaciones entre tecnología y comunicación y entre innovación y relaciones sociales.

De entrada, nuestro dossier, titulado «Nuevos perfiles profesionales para la comunicación digital» y dirigido por el catedrático de comunicación audiovisual, Hipólito Vivar (Universidad Complutense), se orienta hacia la demanda pero también hacia la formación de profesiones inéditas en el pasado, nacidas en la transformación profunda de la comunicación social y de sus relaciones con los usuarios. Como rezaba el *call for papers* que ha presidido esta monografía, «La profunda transformación de la tecnología ocasionada por el desarrollo de Internet implica profundos cambios en la cadena de valor de los diferentes sectores de la comunicación: no sólo se modifican los procesos productivos y cambian sus herramientas, sino que además aparecen otras formas de organización profesional y empresarial y nuevas funciones requeridas». Y añadía que «esta metamorfosis implica la demanda de muchos perfiles profesionales, tanto tradicionales de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), como otros nuevos, surgidos fundamentalmente a partir de la introducción de forma masiva de las nuevas tecnologías digitales en todos los sectores industriales». Apelaba así a la investigación y la reflexión sobre los llamados ‘creadores digitales’.

Aunque la Introducción al dossier del profesor Vivar nos exime de una explicación más amplia, hay que destacar que los cinco Puntos de Vista encargados a otros tantos expertos profesionales en los diversos ámbitos de la comunicación y los tres artículos seleccionados por nuestro consejo de redacción de entre la docena de textos propuestos, componen una visión panorámica de las nuevas *skilsset*, las habilidades profesionales requeridas por el nuevo entorno comunicativo y las necesidades híbridas de formación que exigen. Con la particularidad de que estas nuevas profesiones no afectan ya tan solo a los medios de comunicación social en sentido estricto, sino que, símbolo de su papel axial en la vida económica y social, repercuten en todos los campos de las relaciones sociales.

Este número 87 ofrece por otra parte algunas novedades importantes. Los autores invitados, por ejemplo, Ramón Reig y Antonio Martín Ávila (Universidad de Sevilla), prestigiados investigadores en estructuras de la comunicación española e internacional, vuelcan aquí un

Fundación Telefónica
Telefónica

balance detallado sobre la comunicación en los grandes países emergentes en la arena mundial, Rusia, China, India, sobre los que en España ha recaído una injustificada escasa atención hasta ahora. De su análisis se deduce el peso de los Estados, pero también y cada vez más de alianzas entabladas con ellos por grupos multinacionales que no siempre responden a los valores occidentales pluralistas y antimonopolistas.

En la sección de Perspectivas, Antonio Fernández Vicente (Universidad de Castilla La Mancha) estudia el universo tecnológico en expansión desde una visión crítica que reivindica la utopía como arma frente al déficit democrático digital. Un cierto paralelismo guarda el análisis de Eliane Díaz y Lilian Marrero (Universidad de La Habana) sobre los avances el ciberperiodismo en la impresionante expansión de los dispositivos móviles de la América Latina, en donde las estrategias de nueve grandes diarios muestran notables avances pero también un largo camino por recorrer de interactividad y participación para los usuarios. Más clásica aparentemente es la reflexión de Raquel Rodríguez y Antón Castromil (Universidad Rey Juan Carlos y Complutense, respectivamente) en torno al papel y los sesgos del terrorismo en la construcción de la agenda mediática en la prensa española en relación con las preocupaciones ciudadanas; pero este estudio empírico muestra los efectos de los medios en un sistema de pluralismo polarizado que abarca desde hace años a buena parte de nuestra comunicación social en un marco mediterráneo peculiar.

En cuanto a nuestra sección de Análisis, pocas dudas pueden caber sobre la originalidad y modernidad de sus aportaciones. Primero, Meritxel Roca (Universidad Oberta de Catalunya) estudia las estrategias de las grandes cadenas de televisión abierta en los Estados Unidos ante el universo multisoporte y multimedia, que intenta superar la hiperfragmentación de las audiencias que hoy está llegando también a buena parte de Europa y a España misma. Por otro lado, Luis Fernando Morales (Universidad Autónoma de Barcelona) examina el papel de ariete que la ficción podría jugar en la expansión de los contenidos hacia los dispositivos móviles, frenado todavía por las mentalidades tradicionales.

Finalmente, y no en último lugar, merece la pena destacar el estudio minucioso que Jesús Bermejo (Universidad de Valladolid) dedica a la programación y la audiencia infantil en la televisión nacida de la transición digital terrestre; incluso partiendo de un escenario analógico en el que la oferta infantil resultaba esquelética y sesgada, la TDT no parece haber conseguido una superación importante de estas limitaciones, con escasos canales temáticos dedicados a este *target* y una producción propia muy poco orientada aún a la audiencia infantil y juvenil.

En fin, los contenidos de *Telos* en este número y a lo largo de sus más de 26 años de existencia testimonian su afán mantenido y revitalizado de atender a los fenómenos y procesos más novedosos de la comunicación social y la cultura, a la investigación, la reflexión y el debate español e internacional sobre los cambios en los usos y aspiraciones de nuestra sociedad. Decana de las revistas españolas de investigación especializadas en este ámbito (1985), apoyada primero por Fundesco y luego por Fundación Telefónica, en ejercicio siempre de una independencia y autonomía editorial que sus propios contenidos atestiguan, *Telos* ha apoyado siempre la emergencia positiva de otras revistas, académicas o de divulgación, dedicadas al campo de la innovación, las TIC, la comunicación y la cultura, hasta el punto de mantener durante años una sección destinada a promocionar los contenidos de sus

Fundación Telefónica
Telefónica

«competidoras», que sólo ante la evidencia de los recursos de Internet se dedica ya a informar de las revistas internacionales. Nunca, siquiera, nos permitimos criticar el evidente sesgo endogámico de algunas revistas universitarias, en la esperanza y convicción de que el tiempo iría curando estas enfermedades infantiles.

Hoy, en un mundo felizmente plural, también en este campo *Telos* sigue apostando por las orientaciones que marca un Consejo Científico de innegable prestigio internacional, por las valoraciones anónimas y motivadas de un consejo de redacción de destacado currículum, y por el aval de numerosos Índices nacionales e internacionales que acreditan la independencia de nuestra labor. Frente a toda visión miope y de «competencia» de mercado en este ámbito científico, en *Telos* seguimos pensando que la investigación científica española y en español (con todos los *abstracts* en inglés y traducciones para su difusión global) necesita más plataformas de puesta en valor de su labor, más visibilidad de sus tareas y logros frente al omnipresente mundo anglosajón, con indicadores e índices autónomos y objetivables que no dependan de intereses comerciales de ningún tipo.

Fundación Telefónica
Telefónica