

LAS REVISTAS TEÓRICAS SOBRE COMUNICACIÓN EN LOS PAÍSES LATINOS

Daniel E. Jones

Es generalmente aceptado en los ambientes académicos internacionales que la investigación sobre comunicación no es propiamente una disciplina o ciencia social particular, sino que se caracteriza más bien por su objeto de análisis: la propia comunicación. Tanto es así que desde diversas disciplinas académicas se ha abordado —sobre todo desde las ciencias sociales y las humanidades— el fenómeno de la comunicación en las sociedades contemporáneas.

En lo que va de siglo, desde las *mass communication research* (en los Estados Unidos), hasta la publicística (en Alemania), pasando por la semiótica (en Francia o en Italia), innumerables estudiosos de instituciones académicas o empresariales de todo el mundo han publicado miles de libros y de artículos de revistas especializados en estos temas, con más o menos fortuna y con los objetivos más diversos.

Algunas de estas revistas, como las norteamericanas *The Public Opinion Quarterly* o *Journalism Quarterly*, llevan más de medio siglo de vida influyendo sobre los ambientes académicos internacionales, sobre la propia industria comunicativa y sobre el poder político. En Europa también existen 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 el área latina —tanto de Europa como de América— la situación ha sido algo diferente debido a factores diversos que se abordarán en este artículo. Por tanto, aquí se pretende analizar el papel desempeñado en los últimos años por las revistas especializadas en comunicación y cultura de masas y en nuevas tecnologías de la información de los países latinos, pero sólo las de carácter teórico y académico, dejando de lado las profesionales, las comerciales o las técnicas.

Aunque sea difícil definirlo con precisión, el «espacio latino» —que probablemente haya que explicarlo por aquello que no es— cobra en la actual etapa de mundialización/regionalización un nuevo protagonismo. Este resurgimiento, en los últimos años, de la idea de latinidad, como algo específico y diferenciado, coincide con la evidencia de la globalización de la política, la economía, la cultura y la comunicación (en especial la audiovisual).

Hoy en día la diversidad se compara a nivel mundial; de ahí que el área latina —de hecho tan plural— pueda considerarse como algo común. En definitiva, podría afirmarse que la mundialización «recrea» la latinidad. Por tanto, es esta personalidad definida dentro del sistema mundial lo que podría dar sentido a la latinidad en el futuro como un aspecto de la identidad cultural de los pueblos que la componen.

Pero este proyecto regional, que aparece —al igual que la mediterraneidad— como una alternativa a la hegemonía cultural anglosajona, no se refiere en este artículo a la globalidad del «espacio latino», sino a una especie de latinidad selectiva, en la que se incluyen sólo países como Francia —adalid de esta región—, Italia, España, Portugal y los de América Latina, pero no otros cuyo parentesco con la latinidad europea actual parece menor.

La hegemonía anglosajona

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. Además, la hegemonía anglo-norteamericana —que se complementa con países como Canadá y Australia—, 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, en Japón o en el Tercer Mundo.

De manera paralela, e íntimamente ligado con lo anterior, se produce una hegemonía 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 dos clases de revistas que se ocupan habitualmente de las diferentes facetas de la comunicación social y las nuevas tecnologías de la información —las académicas y las profesionales— son acaparadas prácticamente por 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 británicas, norteamericanas, canadienses y australianas, así como los organismos internacionales con sede en estos u otros países, cuentan con importantes revistas —en inglés— 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 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. El caso más significativo es el de SAGE

Publicacions, con sede central en Londres y sucursales en otros países de habla inglesa. Esta editorial transnacional desempeña un papel muy importante en la especialidad, pues además de una decena de revistas científicas edita anualmente varias decenas de títulos de libros escritos por los investigadores más significativos del panorama internacional¹.

En general, las revistas anglosajonas especializadas en el análisis de los fenómenos comunicativos presentan resultados de investigaciones puntuales y empíricas; sin embargo, las latinas —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 o políticos—, en tanto que éstas suelen contener propuestas críticas o alternativas y aparecen a veces alejadas de la estricta realidad (JONES, 1992 a).

El prestigio de Francia

Los países importantes de Europa occidental, como Alemania, Francia o Italia, por tanto, quedan relegados, debido a la hegemonía anglosajona, a un segundo plano en la esfera internacional: hasta donde llega la influencia de su respectiva lengua. 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 estados del Tercer Mundo u organizaciones internacionales que cuentan con esta lengua como vehículo de difusión.

Sin embargo, existe una falta de correspondencia entre, por una parte, la importancia del sistema comunicativo francés, su nivel de desarrollo tecnológico y económico, y la calidad formal y de contenido de sus revistas, y, por otra, el grado de difusión internacional de éstas. En efecto, revistas como *Communications*, por ejemplo, pueden considerarse entre las mejores del mundo en esta especialidad; sin embargo, su influencia es menor que la de sus homólogas anglosajonas.

Tanto las publicaciones académicas como las profesionales, que se ocupan habitualmente de los diferentes aspectos de la comunicación social y de las nuevas tecnologías de la información, están bien representadas en el área francófona (especialmente en Francia, debido al peso específico de ésta). Las principales instituciones de docencia, investigación y documentación de estos países —como el INA (París), el IDATE (Montpellier), France Télécom (París), La Université Laval (Montreal) o la UER (Bruselas y Ginebra)— editan revistas especializadas dirigidas a una amplia colectividad de investigadores, docentes y profesionales nacionales y extranjeros.

Estas publicaciones periódicas se ocupan, generalmente, de los medios de comunicación social desde diferentes perspectivas teóricas y científicas. Sin embargo, importantes grupos privados de comunicación —como CEP Communication, por ejemplo—, así como otras empresas pequeñas —como Éditions A Jour—, encuen-

¹ Para aproximarse a las publicaciones periódicas académicas y profesionales más destacadas del mundo anglosajón pueden consultarse SZIKI (1980), DYER y GARNER (1991), UNESCO (1991) y JONES (1991).

tran en los fenómenos comunicativos un mercado sectorial interesante para explotar comercialmente².

El aislamiento lingüístico de Italia

Por su parte, Italia, uno de los países más industrializados del planeta, cuenta con un nivel científico y cultural muy destacado en el concierto internacional. Es también uno de los «cuatro grandes» de la Comunidad Europea y el Estado más significativo de la cuenca mediterránea, si se exceptúa a Francia, que es a la vez mediterráneo y atlántico. Asimismo, por lo que atañe a su sistema comunicativo de masas, su nivel de desarrollo es equiparable a los más importantes del mundo y, merced a la solidez de la iniciativa privada, se ha producido en los últimos años una transnacionalización importante de sus principales grupos comunicativos y culturales: Fininvest, Olivetti, Rizzoli, Mondadori o Rusconi (JONES, 1992 c).

Como no podía ser de otra manera, la investigación sobre los fenómenos comunicativos ha adquirido, sobre todo en los últimos treinta años, un grado de consolidación importante en el país, en especial desde perspectivas como la semiótica y la sociología. Por consiguiente, la producción teórica más significativa ha sido traducida a las principales lenguas, hecho que ha favorecido que varios autores italianos sean reconocidos entre los principales estudiosos europeos de este campo.

Sin embargo, no ha ocurrido lo propio con las revistas de la especialidad, que permanecen un tanto al margen de la circulación internacional de información científica y técnica, debido casi exclusivamente a una cuestión lingüística. A diferencia del español o del francés, por ejemplo, el italiano es un idioma muy poco extendido en el mundo: salvo entre las comunidades de emigrantes repartidas principalmente por Europa y América, no es utilizado en otros países.

Las revistas en lengua española tienen asegurada una mínima circulación internacional -de tipo horizontal— entre los países de la comunidad iberoamericana y entre los hispanohablantes de Estados Unidos. Asimismo, las francófonas pueden contar con diferentes países que utilizan esta lengua y, además, con las elites cultivadas internacionales. Pero no pasa lo mismo con las publicaciones italianas, por lo que sólo circulan en su propio país o bien entre algunos especialistas del área latina. Por este motivo, los estudiosos italianos recurren cada vez con mayor frecuencia a publicar el resultado de sus investigaciones en revistas anglosajonas, lo que les permite entrar en los circuitos académicos y científicos internacionales.

De todas maneras, aparte del valor intrínseco de las publicaciones italianas de la especialidad, éstas poseen un interés particular para los investigadores latinos —en especial los ibéricos y los americanos—, debido a los numerosos puntos en común de estas realidades. En efecto, por razones históricas y culturales, países como

² Dentro del amplio abanico de revistas teóricas francófonas, pueden mencionarse las siguientes: *Communications* (París: CETSAS); *Communication Information* (Quebec: Université Laval); *Communication et Langages* (París: Centre d'Étude et de Promotion de la Lecture); *Communication & Strategies* (Montpellier: IDATE); *Dossiers de l'Audiotvisuel* (París: INA); *IMCOM* (París: Institut Méditerranéen de la Communication); *Médiaspouvoirs* (París: Mediaspouvoirs), y *Réseaux* (Issy-les-Moulineux: CNRC-CNET).

España, Portugal y los de América Latina pueden extraer diferentes conclusiones positivas, no sólo de la propia experiencia comunicativa italiana, sino de las experimentaciones sociales y de los análisis teóricos realizados en este país³.

El cambio espectacular de España

Debido a la censura y al control estatal ejercidos por el régimen franquista (1939-1975), las investigaciones promovidas en España durante ese período, salvo algunas excepciones sobre todo en el medio publicitario, se caracterizaron por una falta absoluta de rigor científico y académico, y quedaron reducidas a meras reproducciones de conferencias, coloquios o discursos de carácter puramente ideológico. Sin embargo, esta doctrina evolucionó, gracias a la propia adaptación socio-política del régimen, del autoritarismo de la primera hora al liberalismo de los últimos años, aunque estuvo teñida por el nacionalcatolicismo que caracterizó todo el período (MORAGAS, 1981).

Prácticamente hasta los años sesenta no se publicaron los primeros estudios académicos —de autores nacionales o extranjeros—, gracias, sobre todo, a la labor editorial de la Universidad de Navarra. Además, si escaseaban los libros enjundiosos y especializados de factura propia, a pesar de los claros avances producidos en Europa o en Estados Unidos, no podía ser diferente con las instituciones académicas —docentes, documentales y de investigación— ni con las revistas, tanto las divulgativas y profesionales como las teóricas (JONES, 1987, 1992 b).

La evolución de los últimos años, no obstante, ha sido espectacular, aunque con desequilibrios importantes. Debido al número de instituciones, personas, recursos, investigaciones y editoriales, Madrid —y, en menor medida, Cataluña— ha sido tradicionalmente el principal polo del Estado en el estudio de la comunicación social. Cabría recordar, a título indicativo, la labor desarrollada en los últimos años por algunas instituciones claves como la Universidad Complutense, FUNDESCO (una fundación de Telefónica) o el IORTV (dependiente de Radiotelevisión Española), y por todo tipo de institutos privados especializados en *marketing* comunicacional —estudios de audiencias e inversiones publicitarias—, productores de información comercial de valor estratégico.

Debido a estos condicionantes históricos, hasta épocas bien recientes no se han publicado en España revistas académicas sobre comunicación homologables con las que se editaban en otros países del entorno, aunque sí hayan sido abundantes las publicaciones de carácter comercial especializadas en cine, en televisión, en vídeo o en publicidad. En los últimos años, entonces, han ido apareciendo diferentes revistas

³ A título indicativo, entre las revistas teóricas y académicas más significativas publicadas en Italia en los últimos años pueden citarse: *Comunicazioni di Massa* (Milán: Sugar Co Edizioni); *Comunicazioni Sociali* (Milán: Università Cattolica del Sacro Cuore); *EDAV: Educazione Audiovisiva* (Roma: Centro Internazionale dello Spettacolo e della Comunicazione Sociale); *Gulliver: Mensile Politico sulle Comunicazioni di Massa* (Roma: Dedalo); *IKON: Cinema, Televisione, Iconografia* (Milán: Istituto Agostino Gemelli); *Mass Media* (Roma: Capone Editore); *Problemi dell'Informazione* (Bologna: Società Editrice Il Mulino); *Ricerche sulla Comunicazione* (Milán: Istituto Agostino Gemelli), y *Versus: Quaderni di Studi Semiotici* (Milán: Bompiani and Co.).

teóricas: la mayoría de ellas se publican en Madrid y en Barcelona, y éstas últimas, además de la difusión doctrinal, se caracterizan por la promoción de la lengua y la cultura catalanas⁴.

Entre las más significativas que aparecen en la actualidad, hay que destacar las cuatro revistas académicas publicadas en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, con una salida bastante irregular, lo mismo que el contenido de sus artículos: al lado de textos novedosos y originales aparecen otros redundantes y de escaso interés.

Otras facultades de Ciencias de la Información del país editan también sus revistas: *Anàlisi*, de Bellaterra, ha contado hasta ahora con buenas colaboraciones, tanto catalanas como de otras latitudes, pero su publicación ha sido irregular en los últimos años; la de Pamplona es una revista muy cuidada desde el punto de vista formal y de contenidos, y da a conocer las investigaciones de los estudiosos del Opus Dei; pero las de Valencia y La Laguna son proyectos que carecen de una línea bien definida, aunque recogen las propuestas teóricas de sus profesores.

Desde 1985, la fundación FUNDESCO, de Madrid, publica *Telos*, que es probablemente —merced a los cuantiosos recursos de que dispone— la mejor revista sobre comunicación audiovisual y nuevas tecnologías de la información que se edita en lengua española, y que cuenta con importantes colaboraciones nacionales y extranjeras. Además, edita el anuario *Comunicación Social/Tendencias*, de gran calidad y utilidad.

Diferentes asociaciones profesionales de especialistas del país, como la Asociación de Investigadores del Estado Español, de Madrid y la Societat Catalana de Comunicació o Film Historia, de Barcelona, editan sus propias revistas académicas, pero, aunque formalmente correctas, contienen aportaciones teóricas más bien modestas.

En definitiva, aunque el saldo de las publicaciones españolas especializadas en comunicación es significativo en los últimos años, la veintena de títulos que se publican, de manera más o menos regular, tiene una escasa trascendencia política, cultural o científica dentro de la sociedad española. Y esta trascendencia es todavía menor hacia el exterior, quizá con la excepción de *Telos*. Las revistas españolas especializadas en comunicación social no sólo son escasamente conocidas en los ámbitos científicos anglosajones, sino también en los latinos y hasta en los propios hispanoamericanos. Además, las que se publican en lengua catalana no suelen difundirse más allá del ámbito de dominio de esta lengua, que es bastante reducido.

⁴ Las revistas académicas más significativas que se publican actualmente en España son las siguientes: *Documentación de las Ciencias de la Información*, *Revista de Ciencias de la Información*, *Anuario del Departamento de Historia*, *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas y Área 5* (Madrid: Universidad Complutense); *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura* (Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona); *Comunicación y Sociedad* (Pamplona: Universidad de Navarra); *Estudios de Periodismo* (La Laguna: Universidad de La Laguna); *Comunicación y Estudios Universitarios* (Valencia: CEU San Pablo); *Comunicación Social / Tendencias* y *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad* (Madrid: FUNDESCO); *CINCO* (Madrid: AICE); *Periodística, Treballs de Comunicació y Cinematògraf* (Barcelona: Societat Catalana de Comunicació); *Annals del Periodisme Català* (Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya); *Film Historia* (Barcelona: Film Historia); *Temes de Disseny* (Barcelona: Escola de Disseny Elisava), y *Voces y Culturas* (Barcelona: Voces y Culturas).

El auge de Brasil

Este país-continente lleno de contrastes —en el que conviven las más modernas tecnologías con la miseria y el atraso— ha desarrollado uno de los sistemas comunicativos más importantes del mundo, a cuyo frente se encuentran grupos poderosos como Globo y Abril (JONES, 1992 d).

Consecuentemente, en las últimas tres décadas han surgido diferentes instituciones dedicadas a la docencia, la investigación y la documentación especializada en los fenómenos comunicativos. En estos momentos, existen unos setenta centros docentes universitarios —agrupados en la Associação Brasileira de Escolas de Comunicação Social (ABECOM)—, que cuentan con unos veinte mil estudiantes, y una asociación que aglutina a unos seiscientos investigadores en este campo —la Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)—, que a su vez ha puesto en marcha en 1986 el centro PORT-COM, dedicado a la documentación sobre comunicación en Brasil, Portugal⁵ y las ex-colonias lusas en África.

Existe un claro interés de los estudiosos brasileños de la especialidad por integrarse en el conjunto latinoamericano e internacional. Por ello, estas instituciones ejercen un papel destacado en el seno de otras de carácter continental —como FELAFACS, ALAIC y la recientemente creada Red Regional COMNET-América Latina— o internacional, como la AIERI/IAMCR y la ICA. Paralelamente, la investigación sobre comunicación desarrollada en Brasil se ha convertido en un referente para importantes sectores académicos, no sólo del propio continente sino de otros.

Por lo que concierne a las revistas especializadas en este campo de estudios, Brasil cuenta con varias de una cierta tradición académica y con otras más recientes. Reflejan, ni más ni menos, el propio desarrollo de la investigación sobre comunicación en las últimas tres décadas, caracterizadas por algunos elementos fundamentales.

En los años sesenta, las incipientes investigaciones se orientaron a la evaluación de los efectos de los medios, así como a los estudios del periodismo (didáctica, profesión e historia) y a la comunicación rural y popular, generalmente desde una perspectiva funcionalista y desarrollista. Una década más tarde se produjo un gran auge de este tipo de investigaciones: aumentaron los estudios sobre prensa —análisis sociológicos y de contenido— y aparecieron los de radio y televisión —efectos, programación, uso educativo—, la mayoría de ellos influidos por la «teoría crítica» de la Escuela de Frankfurt, la semiótica y el estructuralismo. Finalmente, en los años ochenta comenzó a aceptarse la complejidad de los fenómenos comunicativos, rechazándose muchos esquemas simplistas e ingenuos: la investigación se volvió más crítica y comprometida —especialmente en los estudios de recepción—, pero también más relacionada con la actividad técnica y profesional.

Dentro de las ciudades brasileñas con mayor tradición en los estudios sobre comunicación social destaca São Paulo y otras de su entorno, donde se encuentran importantes universidades e instituciones de investigación editoras de las principales

⁵ Las referencias a Portugal en este texto son prácticamente inexistentes, debido al escaso papel de este país en el campo de la investigación sobre comunicación social. Respecto de las revistas especializadas, sólo cabe mencionar la interesante *Cruzeiro Semiótico* (Oporto: Associação Portuguesa de Semiótica).

revistas teóricas. Tal es el caso de la Escola de Comunicações e artes de la Universidade de São Paulo y de la asociación INTERCOM⁶.

Los desequilibrios de Hispanoamérica

El centenar largo de publicaciones periódicas de todo tipo dedicadas al análisis de la comunicación y la cultura de masas —desde distintas perspectivas formales, teóricas y metodológicas—, editadas en Hispanoamérica en los últimos años, permite hacerse una idea del gran interés demostrado en la región por el estudio de este fenómeno social contemporáneo (JONES, 1989).

Debido al fuerte influjo ejercido por las corrientes desarrollistas, impulsadas por los Estados Unidos (desde los años cincuenta), por la UNESCO (desde los años sesenta) y por las propias universidades autóctonas, por las fundaciones europeas y confesiones religiosas de diverso origen y orientación (desde los años setenta), en estos momentos la práctica totalidad de los países hispanoamericanos dispone de centros especializados en la formación de comunicadores, en la investigación sobre comunicación social y en la edición de revistas especializadas. De este modo, Hispanoamérica —conjuntamente con Brasil— ha llegado a colocarse, sin ningún género de dudas, al frente de los países en vías de desarrollo en el estudio de los fenómenos comunicativos.

Empero, el crecimiento exponencial de los centros docentes universitarios —se ha pasado de dos hace medio siglo a más de doscientos en la actualidad— no ha estado acompañado en todos los casos por un equivalente desarrollo cualitativo de la enseñanza y la investigación. Muchas de estas facultades o escuelas universitarias están muy mal dotadas en recursos técnicos —bibliotecas, hemerotecas, equipamientos radiotelevisivos— y humanos, con un profesorado escasamente preparado para sus tareas docentes, producto de la masificación estudiantil y de una evidente falta de planificación.

Esta escasez de recursos dificulta enormemente cualquier tipo de investigación, lo que provoca que la mayoría de los profesores universitarios no investigue. Se presentan periódicamente trabajos que permiten ir ascendiendo en el escalafón docente y burocrático, pero no existe continuidad ni líneas claramente definidas, y los análisis resultan fragmentarios, repetitivos o aislados, sin tener en cuenta mínimamente la complejidad de la producción cultural y comunicativa en sus prácticas reales.

Este fenómeno ha favorecido la tendencia actual a sacar la investigación de las universidades —especialmente de las públicas— para colocarla en institutos especializados de carácter privado, reduciendo cada vez más las universidades a la docencia —la formación profesional—, con lo que se cierra el círculo.

⁶ Entre las publicaciones brasileñas más destacadas de los últimos años pueden citarse las siguientes: *INTERCOM: Revista Brasileira de Comunicação* (São Paulo: INTERCOM); *Anuário de Inovações e Artes*, *Anuário de Jornalismo e Editoração*, *Brazilian Communication Research Yearbook* y *Cadernos de Jornalismo e Editoração* (São Paulo: Escola de Comunicações e Artes); *Cadernos de Pós-Graduação y Comunicação e Sociedade* (São Paulo: Instituto Metodista de Ensino Superior); *Comunicação: Teoria e Prática* (Rio de Janeiro: Bloch Editores), y *Comunicação & Política na América Latina* (Rio de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos).

Sin embargo, las aportaciones de una veintena larga de excelentes investigadores hispanoamericanos se encuentran entre las más interesantes y originales producidas en los últimos años en este campo de estudios a nivel mundial, sobre todo las de carácter sociológico, semiótico, económico, político y antropológico, centradas muchas de ellas en los conflictos Norte-Sur. Cada uno de esos destacados investigadores, aunque desde perspectivas e intereses distintos, ha contribuido particularmente al afianzamiento de los estudios interdisciplinarios de este fenómeno, sobre todo mediante la publicación periódica de libros, informes, ponencias y revistas diversas.

El gran número de publicaciones especializadas en comunicación editadas en los últimos años en Hispanoamérica comprende órganos de muy diverso carácter, contenido y nivel de especialización. Entre éstas, se pueden encontrar desde revistas de un gran rigor académico y científico, hasta pequeños boletines informativos con un escaso número de páginas. Algunas de ellas tienen una periodicidad más o menos regular, mientras que otras sólo publican un primer número, o bien la edición es discontinua.

De esta manera, puede afirmarse que existen varias revistas que destacan del resto, bien por su alcance y reconocimiento internacional, bien por la categoría de los artículos y de los autores seleccionados, bien por el tratamiento y profundidad de los temas abordados, bien por la continuidad y cuidado de la edición⁷.

En cierta medida, estas revistas vinieron a llenar un vacío que anteriormente era cubierto —aunque de manera harto fragmentaria— por publicaciones editadas en Estados Unidos y en Europa. Sin embargo, se caracterizan generalmente por estar centradas casi siempre en los asuntos del país en el que se editan. De esta manera, el interés por las cuestiones nacionales tiende a desplazar al de las continentales, con la excepción de *Chasqui*, *Corto Circuito* y *Diálogos de la Comunicación*⁸, y, durante los años setenta, de *Comunicación y Cultura*, editada sucesivamente en Santiago de Chile, Buenos Aires y Ciudad de México.

Además, dentro de esta perspectiva localista, no siempre se abordan temas política, económica o culturalmente centrales ni tampoco se publican artículos de índole teórica o metodológica. Los temas más comunes suelen ser los que tratan cuestiones de tipo ideológico o de la estructura de los medios de comunicación, así como del dominio cultural o de la cultura popular alternativa y, últimamente, claro está, se trasluce la fascinación por las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación y a la educación.

⁷ Por este motivo, y sin ánimo excluyente alguno, podría considerarse que las revistas hispanoamericanas más significativas dedicadas al estudio de la comunicación y la cultura de masas en los últimos años son las siguientes: *Anuario ININCO* (Caracas: Universidad Central de Venezuela); *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación* (Quito: CIESPAL); *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación* (Caracas: Centro Gumilla); *Comunicación y Sociedad* (Guadalajara: CEIC de la Universidad de Guadalajara); *Contratexto* (Lima: Universidad de Lima); *Corto Circuito* (Lima: Unión Latina); *Cuadernos de Comunicación* (México: Grupo Ferrer); *Diálogos de la Comunicación* (Lima: FELAFACS); *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (Colima: Universidad de Colima); *Reflexiones Académicas* (Santiago de Chile: Universidad Diego Portales); *Revista Mexicana de Comunicación* (México: Fundación Manuel Buendía); *Signo y Pensamiento* (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana), y *Temas de Comunicación* (Montevideo: Universidad de la República).

⁸ En los últimos meses, FELAFACS ha puesto en marcha un proyecto que permitirá la edición de *Diálogos de la Comunicación* en diferentes países: además de Perú, se publicará en México, Argentina y Brasil.

Por otra parte, los estudios metodológicos no aparecen con frecuencia en las revistas hispanoamericanas sobre comunicación, con la excepción tal vez de *Chasqui*, *Comunicación y Sociedad*, *Contratexto*, *Diálogos de la Comunicación* y *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Esto podría explicarse por el hecho de que la reducida dimensión de los artículos publicados impide extenderse en explicaciones acerca de los pasos necesarios llevados a cabo en la investigación. De esta manera, aquéllos se concentran más bien en la exposición de los resultados, aunque este hecho permitiría suponer también que la ausencia de referencias al método o a la técnica esconde deficiencias por parte de los investigadores.

Al propio tiempo, existe bastante repetición de muchos de los temas tratados en las diferentes revistas, sin que se advierta muchas veces un claro avance en las investigaciones. Este hecho sería atribuible a una escasa documentación previa por parte de los articulistas y a una gran dispersión de fuentes y esfuerzos. Las repeticiones no dejan lugar muchas veces a planteamientos nuevos y a temas inéditos, con lo que el abanico de asuntos tratados —y el modo de hacerlo— se estrecha y no permite analizar a fondo los procesos reales de comunicación, con todos los lazos de diferente tipo que encierran y las consecuencias que de ello pueden extraerse.

En resumen, las revistas publicadas en Hispanoamérica en las últimas décadas han favorecido la difusión de la producción intelectual dedicada al análisis de los fenómenos comunicativos, pero no sólo la de los investigadores y estudiosos autóctonos, sino también la de los de otras latitudes. Han permitido, asimismo, introducir y generalizar diferentes corrientes teóricas y metodológicas novedosas, así como debates cruciales para el futuro de la región, aunque también han sufrido inexorablemente las carencias de todo género de las propias formaciones sociales en las que operan.

La mayoría de los títulos han tenido una existencia irregular, una presentación francamente modesta y un futuro incierto. Sin embargo, puede afirmarse que, a pesar de las diferencias entre unas y otras, han contribuido, aunque modestamente, a un mejor entendimiento entre los diferentes pueblos del área y a una mayor comprensión de los problemas sociales, políticos, económicos y culturales.

Algunas conclusiones

Aunque a lo largo de este artículo se han ido exponiendo algunas conclusiones parciales sobre las revistas teóricas especializadas en comunicación de los diferentes países latinos, a continuación se extraen algunas conclusiones de conjunto, es decir, referidas a toda el área:

- a) No se puede hablar propiamente de un «espacio latino» para las revistas académicas especializadas en el análisis de los fenómenos comunicativos. Los intercambios de tipo intrarregional —horizontal— son escasos, sobre todo porque los flujos de carácter teórico suelen ser unidireccionales: desde los polos anglosajones hacia los diferentes polos latinos. Por este motivo, los autores latinos de más prestigio intentan publicar sus textos en las revistas anglosajonas para asegurarse un reconocimiento no sólo internacional, sino en sus propios países de origen.

- b) En general, las revistas teóricas anglosajonas son mucho más numerosas, tienen una difusión mayor y un grado de especialización más acentuado que las latinas, que continúan siendo de carácter más misceláneo y generalista, salvo en ciertos números especiales que se dedican a algún tema, sector, período o perspectiva teórica concretos.
- c) Debido a la escasa difusión y al poco prestigio de las revistas teóricas latinas, los investigadores de estos países prefieren publicar sus textos en libros colectivos —readers, ponencias—, que aseguran una mayor circulación académica, son más citados por sus colegas, pueden ser adquiridos en librerías por los estudiantes —y no sólo por suscripción— y con ellos se obtiene más puntuación en el currículo profesional.

Bibliografía

- AGUIRRE, J. M., (1990), «Rcd iberoamericana de revistas: desafíos de ALAIC», *Boletín ALAIC*, núm. 2, São Paulo, ALAIC (marzo), p. 69-75.
- CEBRIÁN HERREROS, M., (1986), «Repertorio de publicaciones periódicas», *Bibliografía de la información audiovisual*, Madrid, IORTV, p. 44-65.
- DYER, C. Stewart y GARNER, A. C. (eds.), (1991), *The Iowa Guide: Scholarly Journals in Mass Communication and Related Fields*, 4a ed., Iowa City, University of Iowa, 158 p.
- DZIKI, S., (comp.), (1980), *World Directory of Mass Communication Periodicals*, Cracovia, Bibliographic Section of IAMCR / Press Research Centre, 218 p.
- FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ, (1990), *Catàleg de publicacions periòdiques 1989*, Bellaterra, Biblioteca de la FCCI de la UAB, 153 p.
- GONZAGA MOTTA, L., (1989), «Las revistas de comunicación en América Latina: creación de la «Teoría Militante», *Telos*, núm. 19, Madrid, FUNDESCO (septiembre-noviembre), p. 147-151.
- JONES, D. E., (1987), «Revistas sobre comunicación: mucha divulgación y escasa teoría», *Telos*, núm. 10 (junio-agosto), p. 170-172.
- , (1989), «A Panorama of Latin American Communication Periodicals», *International Communication Bulletin*, vol. 24, núm. 1-2, Tuscaloosa (Alabama, EEUU), ICD of AEJMC (primavera), p. 9-12.
- , (1991), «La hegemonía de las revistas anglosajonas», *Telos*, núm. 27 (septiembre-noviembre), p. 147-149.
- , (1992 a), «La comunicación audiovisual en las revistas francófonas», *Telos*, núm. 29 (marzo-mayo), p. 152-155.
- , (1992 b), «Investigación sobre comunicación en la España postfranquista», en MARQUÉS DE MELO, José (coord.), *Comunicación latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*, São Paulo, ALAIC / ECA-USP, p. 129-142.
- , (1992 c), «La comunicación social en las revistas italianas», *Telos*, núm. 31 (septiembre-noviembre), p. 160-164.
- , (1992 d), «Revistas brasileñas especializadas en comunicación», *Telos*, núm. 32 (diciembre-febrero), p. 148-150.
- MORAGAS, M. DE. (1980), «Les revistes especialitzades de comunicació: una perspectiva per a situar *Anàlisi*», *Anàlisi*, núm. 1, Bellaterra, Departament de Periodisme de la UAB, p. 7-15.
- , (1981), *Teorías de la comunicación: estudios sobre medios en América y Europa*, Barcelona, Gustavo Gili, 362 p.
- PIZARROSO QUINTERO, A., (1992), «Información de la información: "metaperiodismo" y revistas especializadas en prensa y comunicación», en VV.AA., *La botica de los clérigos: académicos y periodistas*, Madrid, Editorial Complutense, p. 81-96.
- SÁNCHEZ, W., (1990), «Revistas de comunicación», *Chasqui*, núm. 36, Quito, CIESPAL (octubre-diciembre), p. 98.
- UNESCO, (1990), *Informe sobre la comunicación en el mundo*, París, UNESCO, 572 p.