

A NÀLISI

QUADERNS DE COMUNICACIÓ I CULTURA

33

El ensayo periodístico y sus concepciones

☞ Del estereotipo al amarillismo ☞

La interacción y la comunicación desde la psicología social y la sociología fenomenológica ☞

La comunicación institucional y de servicios ☞ El efecto de la publicidad en la norma ☞

Medios de comunicación y globalización ☞

La indefinición de la TDT en Portugal

☞ La memoria del periodismo ☞

La investigación sobre periodismo en España

☞ Realidad y ficción periodística en

Bel Ami de Guy de Maupassant ☞

Las tecnologías de información y de comunicación en la República Argentina

DADES CATALOGRÀFIQUES RECOMANADES PEL SERVEI DE BIBLIOTEQUES DE LA UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA

Anàlisi

Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura / Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació. Departament de Teoria de la Comunicació. — 1 (1980-). — Bellaterra (Barcelona) : Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1980- . — 23 cm

Semestral. — A partir del núm. 10/11 (desembre 1987) el Departament de Periodisme de la Facultat de Ciències de la Informació assumeix la responsabilitat de la publicació. — A partir del núm. 15 (desembre 1993) el nom canvia per: Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació, de la Facultat de Ciències de la Comunicació.

ISSN 0211-2175

I. UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. Facultat de Ciències de la Informació (Bellaterra)

II. UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. Facultat de Ciències de la Comunicació (Bellaterra)

1. Mitjans de comunicació de massa

007

Director

Eugeni Giral

Secretari de redacció

Ramon Sala

Consell de redacció

Eugeni Giral, Manuel López, Manuel Parès i Maicas, Ramon Sala, Antoni Reig, Núria Almiron, Anna Tous

Consell assessor

Carlo Marletti (Universit  de Tor )
Jesús Martín Barbero (ITESO, Guadalajara, Mèxic)
Miquel de Moragas (UAB)
Román Gubern (UAB)
H ctor Borrat (UAB, Universitat Ramon Llull)
Lluís Duch (Monestir de Montserrat)
Manuel Par s i Maicas (UAB, AIERI)
Francesc Espinet (UAB)
Josep Lluís G mez Mompert (UAB)
Daniel E. Jones (Universitat Ramon Llull)
Gerard Vilar (UAB)
Ga tan Tremblay (Universit  du Qu bec   Montréal)
John Sinclair (Victoria University of Technology)
Elisabeth Fox
Giuseppe Richeri

Redacció

Revista Anàlisi
Facultat de Ciències de la Comunicació
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 15 45. Fax: 93 581 20 05
Revista.Analisi@uab.es
<http://kane.uab.es/revistaanalisi>

Bases de dades en què ANÀLISI est  referenciada:

- Compludoc (UCM)
- Dialnet (Unirioja)
-  ndice Español de Ciencias Sociales y Humanidades (ISOC-CSIC)
- RACO (Revistes Catalanes amb Accés Obert)

Intercanvi

Universitat Aut noma de Barcelona
Servei de Biblioteques
Secció d'Intercanvi de Publicacions
Edifici A
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 11 93. Fax: 93 581 32 19

Subscripcions

Universitat Aut noma de Barcelona
Servei de Publicacions
Edifici A
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 10 22. Fax: 93 581 32 39
sp@uab.es

Composició

Medusa

Coberta

Loni Geest & Tone H verstad

Edició i impressió

Universitat Aut noma de Barcelona
Servei de Publicacions
Edifici A
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 15 96. Fax: 93 581 32 39
sp@uab.es

Dipòsit legal: B. 19.464-1980

ISSN 0211-2175

Impress a Espanya. Printed in Spain

Impress en paper ecològic

La reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol procediment, compresos la reprografia, el tractament informàtic i la distribució d'exemplars mitjançant lloguer o préstec públic,  s rigorosament prohibida sense l'autorització escrita dels titulars del *copyright*, i estar  sotmesa a les sancions establertes a la llei.

Índex/Índice

Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura

Núm. 33, p. 1-230, 2006, ISSN 0211-2175

Les paraules clau són en llenguatge lliure

S'autoritza la reproducció dels resums i de les pàgines de l'índex

13 Presentació

Articles/Artículos

17-30 GARCÍA ROMERO, Marisol (Universidad de Los Andes-Venezuela. Departamento de Español y Literatura); BUSTAMANTE NEWBALL, Jenny (Universidad de Los Andes-Venezuela. Departamento de Comunicación Social)

El ensayo periodístico y sus concepciones: algunas implicaciones pedagógicas. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 17-30, 50 ref., 3 tab.

Con el objetivo de reflexionar en torno a las implicaciones pedagógicas del ensayo y, en especial, del ensayo periodístico en la carrera de Comunicación Social, en este artículo se analizan sus concepciones en los manuales y diccionarios especializados en periodismo. La investigación documental presentada evidencia algunas razones que le dificultan a los alumnos inferir qué características deben tener los ensayos que son solicitados por los profesores en las aulas universitarias e, incluso, por qué existen diferencias en las representaciones de este texto en los docentes. Para contribuir a solucionar el problema pedagógico planteado, las autoras proponen la realización de una publicación institucional, luego de la caracterización y el establecimiento de los criterios básicos de elaboración y evaluación del ensayo periodístico por parte de los docentes.

Palabras clave: ensayo, ensayo periodístico, escritura académica, enseñanza y aprendizaje del periodismo.

Journalistic essay and its conceptions: some pedagogical implications

This article analyses the conceptions of essay, specifically, journalistic essay, in order to present some reflections about its pedagogical implications in the career of Social Communication. The documental research presented evidences some reasons that makes it difficult for students to infer the characteristics that the essays requested by the professors in the university classroom must include, and why differences exist in the representation of this text between teachers. As a contribution to solve the pedagogical problem stated, the authors propose the realization of an institutional publication, after the characterization and the establishment of the basic approaches to the elaboration and the evaluation of the journalistic essay on the part of the teachers.

Key words: essays, journalistic essays, writing academic, teaching and learning of journalism.

- 31-44 **LABIO, Aurora** (Universidad de Sevilla. Facultad de Comunicación)
Del estereotipo al amarillismo. Prácticas periodísticas incorrectas en el tratamiento de grupos sociales vulnerables. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 31-44, 17 ref.

El artículo constituye una aproximación al tratamiento informativo de los considerados grupos vulnerables, y se centra de manera concreta en los formados por inmigrantes, personas con discapacidad y homosexuales. La incorporación relativamente reciente de estos colectivos a la agenda informativa está planteando una revisión de aquellas prácticas periodísticas incorrectas que fomentan las generalizaciones y los estereotipos. Dentro de un campo poco definido, como el periodismo social, la autora plantea la necesidad de un análisis a través de ejemplos extraídos de periódicos de referencia que permita una reflexión sobre la función pública y la responsabilidad de los medios. La mercantilización a la que hoy en día se ven sometidos no puede ser una coartada para descuidar el tratamiento de colectivos especialmente discriminados. Al contrario, la labor informativa será fundamental para alcanzar una más amplia definición de multiculturalismo.

Palabras clave: periodismo social, estereotipos, inmigrantes, personas con discapacidad, homosexuales.

From stereotype to yellow uses. Wrong journalistic practices in the treatment of social vulnerable groups

The article puts forward the reflection about informative treatment of some vulnerable groups, specially inmigrants, persons with disability and homosexuals. The recent incorporation of these groups to the informative agenda is raising a review of those wrong journalistic practices that foment generalizations and stereotypes. Using examples from newspapers, the author believes that it is time to rethink about public function and social responsibility of media. Economic purposes cannot made journalism forget the right treatment of discriminated groups. On the contrary, the informative labor will be fundamental to reach a more wide definition of multiculturalism.

Key words: Social Journalism, Stereotypes, Inmigrants, Person with Disability, Homosexuals.

- 45-62 **RIZO GARCÍA, Marta** (Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Academia de Comunicación y Cultura)
La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 45-62, 43 ref.

En este texto se presenta una exploración teórica del concepto de interacción, visto desde los espacios conceptuales de dos de las fuentes históricas de la ciencia de la comunicación: la psicología social y la sociología fenomenológica. En un primer momento se establecen algunas de las premisas y conceptos básicos de cada uno de los enfoques, para luego interpretar las aportaciones que ambos han hecho a la conceptualización de la interacción y la comunicación. Las reflexiones presentadas en este artículo forman parte del trabajo realizado en el «Grupo hacia una Comunicología Posible» (GUCOM, México).

Palabras clave: interacción, comunicación, psicología social, sociología fenomenológica, comunicología, ciencia de la comunicación.

Interaction and communication from the perspective of social psychology and phenomenological sociology. A brief theoretical explanation

This text displays a theoretical exploration of interaction concept, sight from the conceptual spaces of two of the historical sources of the science of the communication: Social Psychology and Phenomenological Sociology. At a first moment some of the premises and basic concepts of each one of the approaches settle down, soon to interpret the contributions that both have made to the conceptualization of interaction and communication. The reflections presented in this article comprise of the work made in the «Group towards a Possible Communicology» (GUCOM, México).

Key words: Interaction, Communication, Social Psychology, Phenomenological Sociology, Communicology, Communication Science.

63-78 **RODRÍGUEZ, M^a del Mar; MARAURI CASTILLO, Iñigo; PÉREZ, Jesús A.** (Universidad del País Vasco. Departamento de Periodismo II)

La comunicación institucional y de servicios. Las páginas web municipales de las capitales de provincia españolas. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 63-78, 11 ref.

El papel protagonista que ha adquirido la informática en estos últimos años obliga a los diferentes agentes e instituciones que conforman nuestra sociedad a adecuarse a los nuevos tiempos. Entre las administraciones públicas destaca el proceso de modernización y adaptación iniciado por las instituciones locales más próximas a los ciudadanos: los ayuntamientos. En este periodo de transformación, las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones ocupan un papel principal y nos conducen a una nueva Administración local donde desaparecen las limitaciones de tiempo y espacio. Se produce una revolución en la prestación de servicios y un cambio en las relaciones que mantienen los ciudadanos con los ayuntamientos. En esta investigación se va a estudiar si las webs municipales españolas son operativas y funcionales, para permitir la gestión de trámites burocráticos a través de la red y, por tanto, sin la necesidad de personarse en el consistorio.

Palabras clave: comunicación institucional, administración electrónica, webs municipales, nuevas tecnologías, ayuntamientos.

Institutional communication and services. The municipal web pages of Spanish cities

Computing has taken the chief role in the society during recent years and has compelled the different institutions that shape our society to adapt to the new situation. In the area of public Administration is notable the modernization and adaptation process started by the local institutions which are closer to the citizens: the city councils. In this period of full of changes, the new information and communication technologies take the main role and lead us to a new local Administration where limits of time and space disappear. There is a change in the way services are offered and in the relationship between citizens and their city councils. In this investigation the authors have studied if the municipal webs are operative and functional allowing people to transact and to manage official documents without presenting oneself at city council.

Key words: Institutional communication, electronic administration, local webs, new technologies, city councils.

- 79-93 **SACRISTÁN ROMERO, Francisco** (Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información)
El efecto de la publicidad en la norma. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 79-93.

En la experiencia cotidiana las interpretaciones de lo que el Derecho es son muy variadas; por ejemplo, caben, entre las más frecuentes: la de orden justo y equitativo; norma o conjunto de normas que regulan nuestra conducta social; garantía o protección, restricción o límite del ámbito de actuación de la libertad de cada uno; sanción de una conducta; disposición o mandato; orden, imposición, decisión; acuerdo, pacto o consenso de voluntades; resolución de conflictos y litigios; facultad y pretensión; modelo de ordenación y organización de la vida social; institución; ciencia... Pero, si focalizamos la concepción del Derecho en la norma jurídica, es evidente que es una entidad lógica y, desde que se convierte en efectiva, representa la socialización de comportamientos humanos.

Palabras clave: ley, norma, publicidad y lenguaje.

The effect of publicity in the norm

In the daily experience the interpretations of which the Right is very plots varied; for example, they fit, between most frequent: the one of right and equitable order; norm or social Set of norms that regulate our conduct; guarantee or protection, restriction or limit of the scope of performance of the freedom of each one; sanction of to conduct; disposition or mandate; to order, imposition, decision; agreement, pact or consensus of wills; resolution of conflicts and litigations; faculty and pretension; model of arrangement and organization of the social life; institution; Science... But, if we focused the conception of the legal Right in the norm, is evident that it is to logical organization and, since becomes effective, socialization of human behaviours.

Key words: Law, norm, publicity, and language.

- 95-105 **VERGARA L., Enrique** (Universidad Diego Portales de Santiago de Chile. Facultad de Comunicación y Letras)
Medios de comunicación y globalización: ¿destrucción o reconstrucción de identidades culturales? *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 95-105, 18 ref.

La discusión sobre identidad y medios de comunicación ha estado dominada por la sensación de amenaza a los estilos de vida y a las percepciones, lenguajes y sensibilidades tradicionales como resultado de la globalización. Esta realidad, que ha alterado radicalmente los procesos de construcción de sentido y pertenencia, se ha traducido a menudo en una serie de prejuicios que hablan de catástrofes culturales y sociedades atomizadas por los media. A partir de esta constatación, el objetivo de este artículo es presentar las principales características que adquiere la relación «identidad, cultura y globalización» desde una perspectiva medial que permita una adecuada reflexión acerca de su impacto.

Palabras clave: identidad, cultura, globalización, medios de comunicación.

Mass media and globalisation: ¿Destruction or reconstruction of cultural identities?

The discussion about identity and the globalisation of communications often leads to prejudices and fears about cultural catastrophes and societies fragmented by the

supposedly wicked influence of the media. Traditional ways of life seem threatened by new perceptions, languages, and sensibilities. This article therefore outlines the main characteristics of the relationship between identity, culture, and globalisation from the perspective of the mass media, in order to analyse its impact more adequately.

Key words: identity, culture, globalization, mass media.

107-118 **SABÉS, Fernando** (Universidad San Jorge de Zaragoza. Facultad de Comunicación)

La indefinición de la TDT en Portugal tras el fracaso de la Plataforma de Televisão Digital Terrestre. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 107-118, 22 ref.

El fracaso en la puesta en marcha de la Plataforma de Televisão Digital Terrestre en Portugal, concedida en 2001 por el Gobierno luso, ha derivado en un proceso de indefinición en la introducción de esta tecnología en el mercado portugués, tanto por la falta de un modelo definido por la Administración como por el escaso interés que han mostrado hasta el momento los principales grupos mediáticos, sin olvidar también la fuerte implantación de la televisión por cable. Todo ello ha conducido a una situación en la que de momento se mantiene la indefinición de cómo se producirá la migración del sistema televisivo analógico actual al digital, en un mercado en el que se están produciendo importantes cambios de accionariado en destacados grupos de comunicación y con un Gobierno que ha anunciado reformas en el sector del audiovisual y entre ellas está la potenciación de la televisión digital terrestre. El objetivo de este trabajo es repasar el fracaso de la puesta en marcha de la Plataforma de Televisão Digital Terrestre, analizar sus consecuencias dentro de un mercado televisivo tan especial como es el portugués y apuntar algunas perspectivas de futuro.

Palabras clave: Plataforma de Televisão Digital, Televisión Digital Terrestre, Portugal, sistema televisivo analógico, sistema televisivo digital, reformas del sector audiovisual.

The failure to establish the Platform of Terrestrial Televisão Digital in Portugal

The failure in the putting in march of the Platform of Terrestrial Televisão Digital in Portugal, that it was granted in 2001 for the Government luso, it has derived in a process of lack of definition in the introduction of this technology on the Portuguese market, both for the lack of a model defined by the Administration and for the scanty interest that the principal media groups have showed up to the moment, without forgetting also the strong introduction of the television for cable. All this has driven to a situation in which at the moment the lack of definition is kept of how there will be produced the migration of the television analogical current system to foxglove, on a market in which important changes are produced of shareholders in out-standing groups of communication and with a Government that has announced reforms in the sector of the audio-visual and between them there is the involution of the digital terrestrial television. The aim of this work is revising the failure of the putting in march of the Platform of Terrestrial Televisão Digital, to analyze its consequences inside a television market as special as is the Portuguese and to aim at some perspectives of future.

Key words: Platform of Terrestrial Televisão Digital, Terrestrial Digital TV, Portugal, analogic televisual system, digital televisual system, audiovisual reforms.

- 119-133 **TAPIA, Alicia** (Universidad Francisco de Vitoria. Departamento de Periodismo); **LÓPEZ, Nereida** (Universidad Europea de Madrid. Facultad de Comunicación y Humanidades); **MEDINA, Elena**; **GÓMEZ, Pedro** (Universidad Francisco de Vitoria. Departamento de Comunicación Audiovisual)
La memoria del periodismo. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 119-133, 26 ref.

La implantación de las nuevas tecnologías en las televisiones ha supuesto una mayor utilización de la información documental audiovisual gracias a un notable incremento en la accesibilidad de los contenidos conservados.

Pero la implantación de los vídeoservidores y la digitalización del archivo han propiciado paralelamente un incremento del trabajo y la responsabilidad del profesional o documentalista. También está cambiando la lógica documental como consecuencia de la aparición de los «contenidos documentales» y los «ficheros» que desplazan a los antiguos documentos y registros.

Los cambios son importantes, aunque parece que esta revolución tecnológica no acaba de solucionar el problema acerca del legado audiovisual que heredarán los tiempos venideros...

Palabras clave: documentación informativa, documentación audiovisual, archivos digitales, documentalista, memoria histórica.

«Remastering» part of our history... Journalistic Reporting

The implantation of new technologies in television has supposed the greater use of audio-visual documentary information thanks to a remarkable increase in the accessibility of archived content. But the implantation of video servers and the digitalization of archives have caused, at the same time, an increase in the work and responsibility of professionals or documentalists. Documentary logic is also changing as a result of the appearance of «documentary contents» and «files» that move old documents and registers. These changes are important, although it seems that this technological revolution does not ultimately solve the problem of the audio-visual legacy that will be inherited in future times...

Key words: News media documentation, Audiovisual documentation, Digital archives, Historical memory, Documentalist, Information manager.

- 135-170 **MARTÍNEZ NICOLÁS, Manuel** (Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación [GEAC])
Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 135-170, 43 ref.

Frente a la idea autocomplaciente de que la investigación española sobre comunicación goza de buena salud, apoyada a menudo en *indicadores objetivos* tales como el crecimiento exponencial del número de investigadores, tesis doctorales, revistas y colecciones editoriales especializadas, en este artículo se revisa el estado actual de los estudios sobre *periodismo* para concluir que, habiendo *masa crítica*, es un ámbito de la investigación comunicativa en *crisis*. En el texto se argumenta que, entre otras razones, esta situación es debida al predominio en este campo de un *intuitivismo descriptivo* de corto vuelo teórico y de la escasez de la investigación empírica

fundamentada en la teoria social y las humanidades. Para comprender este estado de cosas, se trazan las grandes líneas de la evolución histórica de la comunidad científica dedicada a la investigación sobre *periodismo* en España para distinguir en ella hasta tres *generaciones*. La procedencia, formación científica e intereses de conocimiento de los miembros de estos grupos generacionales, que van agregándose apoyados unos en el trabajo y las opciones tomadas por quienes les precedieron, ayudan a esclarecer las razones de aquel estado de *crisis*.

Palabras clave: periodismo, investigación, España, tendencias, comunidad científica, historia.

A critical mass in crisis. Journalism research in Spain: scientific community and interests of knowledge

Opposite to the indulgent idea that the Spanish research on communication has a good health, often supported on such *objective indicators* as the exponential growth of the number of researchers, doctoral theses, academic reviews and editorial collections, in this article the state of the art in journalism studies is checked to conclude that it is a field in crisis. In the essay is argued that, among other reasons, this situation stems from the predominance in this field of that attitude we call *descriptive intuitionism*, with a short theoretical reach, and from the shortage of the empirical research based on the social theory and the humanities. To understand this state of the art, we draw the main lines of the historical evolution of the scientific community researching in journalism in Spain, and we can distinguish up to three generations. The origins, scientific formation and interests of knowledge of the members of these generational groups, who go supporting the newly ones in the work and options taken by the precedent ones, help to clarify the reasons of that state of crisis.

Key words: journalism, research, trends, Spain, scientific community, history

171-179 RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, Ruth (Universitat Pompeu Fabra. Àrea de Periodisme Especialitzat)

Realidad y ficción periodística en la obra *Bel Ami* de Guy de Maupassant. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 171-179, 10 ref.

Este artículo analiza al personaje de ficción creado por Guy de Maupassant para su novela *Bel Ami*, George Duroy, más conocido por Bel Ami, con el fin de entender cuáles son las similitudes entre este periodista de ficción y los redactores franceses de la segunda mitad del siglo XIX. En este texto también se recogen las diferentes reacciones que la novela causó entre los hombres de prensa contemporáneos de Maupassant y pone en cuestión la vocación periodística de Bel Ami. Ya que de acuerdo con la opinión del autor este personaje de ficción más que periodista es un arribista.

Palabras clave: Guy de Maupassant, Bel Ami, *Le Gil Blas*, los ecos, vocación periodística.

Reality and journalistic fiction in the novel *Bel Ami* by Guy de Maupassant

This article analyzes the character created by Guy de Maupassant for his novel *Bel Ami*, George Duroy known as Bel Ami, in order to understand what the similarities are between this fiction journalist and French journalists of the second half of

XIXth century. In this text they have also gathered the editors reactions to the novel and it puts in question the journalistic vocation of Bel Ami because, according to the author opinion, this character is not a journalist but a *revenue*.

Key words: Guy de Maupassant, Bel Ami, *Le Gil Blas*, Les Echos, journalistic vocation.

181-199 **VACA, Josefina; CAO, Horacio** (Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas)

Las tecnologías de información y comunicación en el contexto de los desequilibrios regionales de la República Argentina. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 181-199, 28 ref., 2 tab., 1 il.

Desde las últimas décadas del siglo XX una serie de cambios políticos, económicos, sociales y tecnológicos auguran la llegada de un nuevo modelo de sociedad, donde, las tecnologías de la información y la comunicación, protagonistas de la revolución informacional, ocupan un lugar central. Frente a este fenómeno nos preguntamos: ¿Qué características asumen los procesos de incorporación de estas tecnologías en la Argentina, un país con una marcada heterogeneidad (diferencias en características y tamaños relativos) y desigualdad (nivel de desarrollo) territorial? Buscando responder estos interrogantes nos acercamos al tema observando que el despliegue de estas tecnologías reproducía el patrón de desarrollo desigual existente en el país.

Palabras clave: desarrollo regional, desarrollo desigual, provincias, Argentina, sociedad de la información, revolución informacional, tecnologías de la información y la comunicación.

Information and communication technologies within the context of regional inequality in Argentina

From the last years of the XX century, several changes — politics, economics, social and technologic — conjectured the start a new model of society, where the technologies of information and communication — protagonists of the informational revolution — had a central place. In front of this phenomenon, we wonder: what characteristics have the process of incorporation of these technologies in Argentina, a country with a high heterogeneity (different in structure and size) and territorial inequality (level of development)? To answer this question we approach at this issue watching that the advancement of these technologies reproduces the pattern of unequal development previously existent in this country.

Key Words: regional development, unequal development, province, Argentina, information society, informational revolution, technologies of information and communication.

Panorama

203-208 **ALMIRON, Núria** (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació)

Periodisme tecnodigital per a mitjans acreditats al Congrés Andicom 2005. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 203-207.

- 209-212 **PARÉS I MAICAS, Manuel** (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació)
Tres encontres importants. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 209-212.
- 213 **PARÉS I MAICAS, Manuel** (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació)
George Gerbner, periodista i investigador de la comunicació. *Anàlisi*, 2006, núm. 33, p. 213.

Ressenyes

- 215 Lorenzo Diaz. *La caja sucia. Telebasura en España* (Núria Almiron)
- 217 Joan Torres i Prat. *Consumo, luego existo: poder, mercado y publicidad* (Quim Puig)
- 220 David Vidal. *El malson de Chandos: aproximació a la crisi acadèmica i professional del periodisme des de la crisi postmoderna de la paraula* (Águs Morales)
- 223 María Luisa Sánchez Calero. *La información meteorológica como servicio* (Lluís Reales)
- 224 Juan Luque. *Corresponsal del Diario de Barcelona en Melilla. Selección de crónicas (1921-1927)* (Josep M. Figueres)

INSTRUCCIONS ALS AUTORS

Els articles tramesos a la revista *Anàlisi* han de ser textos originals que no superin les 6.000 paraules d'extensió i l'autor ha de fer constar, en full a part, la seva renúncia al cobrament dels seus drets en cas de publicació.

El Consell de Redacció es reserva el dret de publicar els textos que no s'adeqüin a aquestes orientacions.

Els articles s'han d'enviar preferiblement a:

Redacció Revista *Anàlisi*
revista.analisi@uab.es

I, opcionalment, també a l'adreça postal:

Revista Anàlisi
Facultat de Ciències de la Comunicació
08193 Bellaterra (Barcelona)

La decisió del Consell de Redacció pel que fa a la publicació o no d'un article serà degudament notificada al seu autor.

Idioma

Els articles poden enviar-se en totes les llengües romàniques i en anglès.

Primera pàgina

A la primera pàgina, encapçalant l'article, hi constaran:

- El títol de l'article, el nom de l'autor i l'adreça electrònica i postal.
- Un resum de no més de quinze línies i la seva traducció a l'anglès, inclosa també la traducció del títol (en cas que aquesta no sigui la llengua original de l'article).
- Una llista de paraules clau (un màxim de 10) i la seva traducció a l'anglès (en el mateix cas observat abans).
- Una breu presentació de l'autor, de quatre o cinc línies d'extensió.

Referències bibliogràfiques

Totes les referències bibliogràfiques s'han de citar com a notes a peu de pàgina. Al final de l'article es referirà la bibliografia completa. Com a normes de citació, cal seguir els models següents:

Caffarel, C.; Domínguez, M.; Romano, V. (1989). «El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987)». *Cinco*, 3, Madrid: AICE, maig-agost, p. 45-47.

Murdock, G. (1990). «Television Citizenship: In Defence of Public Broadcasting». A: Tommilinson, A. (ed.). *Consumption, Identity and Style: Marketing, Meaning and the Packaging of Pleasure*. Londres i Nova York: Routledge.

Blumler, J.G. (ed.) (1992). *Television and the Public Interest*. Londres: Sage.

Les taules

Els quadres de tota mena, les relacions estadístiques, etcètera aniran enumerats en xifres aràbigues i caldrà fer-ne referència explícita al text. Pel que fa a la seva presentació, poden inserir-se al propi text o bé poden presentar-se en un annex al final de l'article.

Il·lustracions

- *Fotografies*

Aniran enumerades amb xifres aràbigues, es farà constar el nom i cognoms de l'autor i el text n'ha de fer referència explícita. Es poden subministrar en format digital o en paper.

Si es trameten en paper, les fotografies han de ser en blanc i negre sobre paper brillant, i d'una mida mínima de 6 x 9 cm. S'adjuntaran en un sobre a part (degudament identificat), sense enganxar-les a cap full de paper.

- *Gràfics i mapes*

Aniran enumerats amb xifres aràbigues, es farà constar el nom i cognoms de l'autor i el text n'ha de fer referència explícita. Es poden subministrar en format digital o en paper.

Si es trameten en paper, els gràfics i mapes s'hauran de presentar sobre fons blanc, preferentment de mida DIN A4, acompanyats del títol, la llegenda i les fonts utilitzades.

INSTRUCCIONES A LOS AUTORES

Los artículos enviados a la revista *Anàlisi* deben ser textos originales que no superen las 6.000 palabras de extensión y el autor deberá hacer constar, en hoja aparte, su renuncia al cobro de sus derechos en caso de publicación.

El consejo de Redacción se reserva el derecho de publicar los textos que no se adecuen a estas orientaciones.

Los artículos deben enviarse preferiblemente a:

Redacción Revista *Anàlisi*
revista.analisi@uab.es

Y, opcionalmente, también a la dirección postal:

Revista Anàlisi
Facultat de Ciències de la Comunicació
08193 Bellaterra (Barcelona)

La decisión del Consejo de Redacción en lo que concierne a la publicación o no de un artículo será debidamente notificada a su autor.

Idioma

Los artículos podrán enviarse en todas las lenguas románicas y en inglés.

Primera página

En la primera página, encabezando el artículo, debe constar:

- El título del artículo, el nombre del autor y la dirección electrónica y postal.
- Un resumen de no más de quince líneas y su traducción al inglés, que incluya también la traducción del título (en caso de que ésta no sea la lengua original del artículo).
- Una lista de palabras clave (un máximo de 10) y su traducción al inglés (en el mismo caso apuntado anteriormente).
- Una breve presentación del autor, de cuatro o cinco líneas de extensión.

Referencias bibliográficas

Todas las referencias bibliográficas deberán citarse como notas a pie de página. Al final del artículo se incluirá la bibliografía completa. Como normas de citación, es preciso seguir los siguientes modelos:

Caffarel, C.; Domínguez, M.; Romano, V. (1989). «El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987)». *Cinco*, 3, Madrid: AICE, mayo-agosto, p. 45-47.

Murdock, G. (1990). «Television Citizenship: In Defence of Public Broadcasting». En: Tommilion, A. (ed.). *Consumption, Identity and Style: Marketing, Meaning and the Packaging of Pleasure*. Londres y Nueva York: Routledge.

Blumler, J.G. (ed.) (1992). *Television and the Public Interest*. Londres: Sage.

Las tablas

Los cuadros, las relaciones estadísticas, etc. irán enumerados en cifras arábigas, y deberá hacerse referencia explícita a ellas en el texto. En cuanto a su presentación, pueden insertarse en el propio texto, o bien pueden presentarse en un anexo al final del artículo.

Ilustraciones

- *Fotografías*

Irán numeradas con cifras arábigas, se hará constar el nombre y apellidos del autor y el texto deberá referirse explícitamente a ellas. Podrán suministrarse en formato digital o en papel.

Si se suministran en papel, las fotografías deberán ser en blanco y negro sobre papel brillante, y de una medida mínima de 6 x 9 cm. Se adjuntarán en un sobre aparte (debidamente identificado) sin pegarlas en ninguna hoja de papel.

- *Gráficos y mapas*

Irán numerados con cifras arábigas, se hará constar el nombre y apellidos del autor y el texto deberá referirse explícitamente a ellos. Podrán suministrarse en formato digital o papel.

Si se suministran en papel, los gráficos y mapas deberán presentarse sobre fondo blanco, preferentemente en DIN A4, acompañados del título, la leyenda y las fuentes utilizadas.

INSTRUCTIONS TO CONTRIBUTORS

The articles sent to the magazine *Anàlisi* must be originals up to 6.000 words length and the author must certify, on a separate sheet, the renounce to his rights payment in case the article should be published.

The editorial staff reserve the right to publish the texts which don't follow these guidelines.

The articles should be sent preferably to:

Redacción Revista *Anàlisi*
revista.analisi@uab.es

And also, optionally, to:

Revista *Anàlisi*
Facultat de Ciències de la Comunicació
08193 Bellaterra (Barcelona)

The editorial staff will duly notify the author whether the article will be published or not. Copies of rejected articles won't be returned.

Language

The articles may be sent in any Romance language and in English.

First page

On the first page, heading the article, there must be:

- The title of the article, name of the author and address (email and postal address).
- An abstract of no more than 15 lines and its English version, which must also include the translation of the title (in those cases where English may not be the article's original language).
- A list of key words (up to 10) and their English translation (in the same case mentioned above).
- A brief presentation of the author, taking up 4 or 5 lines.

Bibliography

All bibliography references should be quoted as end of page notes. The complete bibliography must appear at the end of the article. The guidelines for quoting are as follows:

Caffarel, C.; Domínguez, M.; Romano, V. (1989). «El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987)». *Cinco*, 3, Madrid: AICE, mayo-agosto, p. 45-47.

Murdock, G. (1990). «Television Citizenship: In Defence of Public Broadcasting». In: Tommilinson, A. (ed.). *Consumption, Identity and Style: Marketing, Meaning and the Packaging of Pleasure*. Londres y Nueva York: Routledge.

Blumler, J.G. (ed.) (1992). *Television and the Public Interest*. Londres: Sage.

Tables

Tables, statistic charts, etc. must be enumerated in Arabic numerals and the text should make explicit references to them. Concerning presentation aspects, they can be inserted in the text, or may be presented in an appendix at the end of the article.

Illustrations

- *Photographs*

They must be numbered in Arabic numerals, the name and surname of the author must be supplied and the text should make explicit references to them. They may be supplied on paper or in digital format.

If supplied by paper, photographs must be black and white on shiny paper, and have a size of at least 6 x 9 cm. They must be enclosed in a separate envelope (duly identified= and are not to be stuck on any piece of paper.

- *Graphs and Maps*

They must be numbered in Arabic numerals, the name and surname of the author must be supplied and the text should make explicit references to them. They may be supplied on paper or in digital format.

If supplied by paper, graphs and maps must be presented on white background, preferable A4, with the title, key and sources used.

ANÀLISI

QUADERNS DE COMUNICACIÓ I CULTURA

BUTLLETA DE SUBSCRIPCIÓ

Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona

Apartat postal 20. 08193 Bellaterra (Barcelona), Espanya

Tel.: 93 581 10 22. Fax: 93 581 32 39. sp@uab.es

Nom i cognoms:

Institució:

Adreça:

Població: Província: CP:

Telèfon: Fax: NIF:

Vull subscriure'm a la revista ANÀLISI. QUADERNS DE COMUNICACIÓ I CULTURA a partir del número

PVP exemplar: 14 €

PVP subscripció: 24 € (2 exemplars anuals)

Despeses d'enviament: tots els enviaments incrementaran el seu preu d'acord amb les tarifes de correus.

FORMA DE PAGAMENT

Contra reembors

Domiciliació bancària

Data:

Signatura

DOMICILIACIÓ BANCÀRIA

Senyors,

Els agrairé que, a partir d'aquesta data i fins a nova ordre, vulguin atendre amb càrrec al meu compte els rebuts que a nom meu presenti la revista ANÀLISI. QUADERNS DE COMUNICACIÓ I CULTURA, del Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Nom del titular:

Banc/Caixa: Codi:

Agència: Codi:

Número del compte corrent o de la llibreta (tots els dígit):

Adreça de l'agència:

Població: Província: CP:

Data:

Signatura