

Revistas y esfera pública: un simposio

Gustavo Andújar

Ecos (Cuba)

Melanie Schehl

Stern (Alemania)

June Erlick

ReVista (Estados Unidos)

Yoerky Sánchez

Alma Mater (Cuba)

Esther Pérez y Marcel Lueiro

Caminos (Cuba)

con **Rafael Hernández**

Político. Director de Temas.

Las últimas décadas han asistido a la construcción de un espacio social donde convergen y se intercambian discursos, se proyectan nuevas ideas y se amplía la posibilidad de participación para grupos más diversos. Internet, el correo electrónico, las redes sociales, los blogs, y otras modalidades, ofrecen la oportunidad no solo de ampliar la incidencia de cada vez más personas en ese espacio público, sino de diversificar las ideas que lo dominan. Esta esfera en expansión también permite, al menos potencialmente, el desarrollo de una conciencia más educada, reflexiva y crítica. ¿Hasta qué punto los medios de difusión la fomentan realmente? En ese contexto peculiar, caracterizado por un torrente global de información y opiniones, adquiere nuevo relieve el papel de las revistas que, además de informar, suscitan la reflexión, proponen enfoques y abren espacio a una variedad de perspectivas y juicios calificados. ¿Cuál es su función fundamental hoy? ¿Cómo pueden aprovechar, expandir y cultivar una esfera pública inundada por ese torrente de imágenes e ideas, cuyo eco multiplicado atraviesa fronteras y países muy diferentes?

Buscando contribuir a esta problemática, Temas se comunicó con un grupo de revistas de Norteamérica, Europa y Cuba.

Temas agradece a Jennifer Hosek, de Queen's University, Canadá, por su valiosa asistencia editorial en la gestión de colaboraciones con diversas revistas.

Agradecemos a quienes, en medio de tareas editoriales y otras responsabilidades, nos hicieron llegar sus valiosos comentarios, que reproducimos a continuación.

¿Cómo ha cambiado la dinámica de la esfera pública en las últimas dos décadas? ¿Hasta qué punto los medios en general la han hecho más plural, democrática, pensante, crítica, educada?

June Erlick: En la última década, ha sido mucho más fácil compartir información, opiniones, correos electrónicos, blogs y enlaces a material impreso y virtual. Al principio, la información estaba disponible solo para quienes tenían computadoras en casa o en la universidad, las cuales —por ejemplo, en Colombia y América Central— eran muy lentas. Recuerdo que, en 2000, cuando pasé un verano en Guatemala para trabajar en mi primer libro, *Disappeared, A Journalist Silenced*, las computadoras eran tan lentas que se me quitaban las ganas de navegar, lo que es imprescindible para participar en esta «democracia de las ideas». Ahora, el desarrollo de cibercafés a bajo precio, con computadoras de alta velocidad, hace que el acceso a Internet sea mucho más democrático y no clasista en gran parte de América Latina y en algunas comunidades en los Estados Unidos.

Esther Pérez y Marcel Lueiro: Una primera aclaración que vale para todas las preguntas. No hay una esfera pública, sino *la* esfera pública de una sociedad específica, modulada por un montón de cosas, y donde las revistas, y todo lo demás, cumplen funciones diferentes. Ubicados entonces en la esfera pública cubana de los últimos años, advertimos algunos elementos: se percibe el abordaje de más temas polémicos, menos autocensura, más claridad acerca del papel crítico —potencial— que pueden desempeñar los medios en la esfera pública. Hay que aclarar que los especializados, de menor tirada o electrónicos, han avanzado más por este camino que los más generales, de mayor tirada y consumo. Los primeros están restringidos a un público menor, el de «los cultos», lo cual podría colaborar a una nefasta separación entre la información, el consumo y la capacidad de discusión, entre estos y «las masas».

Yoerky Sánchez. Al comienzo de la década de los 90, la esfera pública en Cuba sintió el impacto del derrumbe soviético y las consecuencias de las transformaciones económicas internas, dentro del llamado Período especial en tiempo de paz. Este acontecimiento, por su envergadura, cambió la dinámica nacional y estremeció a todos los sectores del país. Fenómenos como la emigración, la prostitución, el consumo de estupefacientes, el delito, la escasez extrema de recursos de primera necesidad, incidieron fuertemente en la vida social, mientras muchos apostaban al «fin de la historia» para la Revolución cubana.

Dentro de esta compleja situación, la prensa también sufrió importantes recortes. Algunos periódicos —como *Juventud Rebelde*— dejaron de ser diarios para pasar a semanarios; prácticamente desaparecieron las revistas. *Alma Mater*, por ejemplo, estuvo varios años sin imprimirse hasta que el Ministerio de Educación Superior pudo financiar una tirada. Las emisoras radiales vieron reducidas sus horas de transmisión, al igual que los canales televisivos, que apenas podían verse por la insuficiencia energética.

Veinte años después, aunque en condiciones económicas aún difíciles, se han abierto mayores posibilidades para el desarrollo de una esfera pública heterogénea e interactiva, en la que se estimulan el debate y la generación de contenidos.

En este punto, los medios de comunicación han venido recuperando protagonismo y estimulando el flujo de ideas. Informar, educar y divertir —sus metas básicas— se han combinado en el afán de lograr un pueblo cada vez más culto, y no solo con elevados grados de instrucción. A pesar de ello, considero que estamos muy lejos todavía de alcanzar una audiencia con altos niveles de criticidad, que pueda seleccionar del conjunto de mensajes que le llegan por distintas

vías, aquellos que sean verdaderamente edificantes y formativos.

Gustavo Andújar: Ciertamente la dinámica de la esfera pública ha venido cambiando en Cuba en un sentido positivo. Por ejemplo, la aparición de un número de revistas católicas, a partir de la primera mitad de la década de los 90, se inscribe en ese proceso, durante el cual se han consolidado no pocos espacios de reflexión seria, de nivel académico, sobre cuestiones fundamentales de la sociedad cubana, y un número apreciable de otras propuestas que, a pesar de no representar aportes de un valor científico significativo, sí contribuyen a hacer la esfera pública más plural y democrática.

Sin embargo, el presupuesto desde el cual se plantea la pregunta me parece demasiado optimista, tal vez por ser muy abarcador. Es un hecho que ha habido una evolución en el sentido de una mayor pluralidad de opiniones y mayores posibilidades para expresarlas, pero estas se han visto limitadas, en gran medida, al ámbito de la academia y al sector de pensamiento del país, y se manifiestan con claridad en apenas un selecto grupo de revistas, mientras que los medios que la población consume masivamente no participan, en general, de ellas, y esta —objeto ella misma del activo debate que constatamos— sigue, en la práctica, ajena a esas confrontaciones, lo cual merma sus posibilidades de una participación plena y sobre todo eficaz en esa esfera.

Tal vez el ejemplo más notorio de esta limitación es la explosión del debate sobre los asuntos públicos que ocurre en la blogosfera cubana, un espacio inexistente para la inmensa mayoría de la población.

No es que piense que «los medios en general» carezcan totalmente del efecto sobre el cual se pregunta. Por ejemplo, su cooperación con los empeños educacionales contribuye a elevar el nivel de información e instrucción de la población y, en consecuencia, ejerce un influjo positivo en el desarrollo de la esfera pública, pero este se produce solo de manera indirecta. Tenemos una población suficientemente instruida como para que su participación en el espacio público sea muchísimo más amplia y activa de lo que es hoy.

Melanie Schehl: En general, el panorama alemán se ha fragmentado en los últimos treinta años. Esta fragmentación ha tenido lugar en todo tipo de medios, tanto los impresos como los electrónicos. Existen hoy más revistas populares, profesionales, estaciones de radio y de TV que en el pasado. Desde mediados de los 90, los efectos de las redes digitales también se han hecho sentir. Dos terceras partes de la población usan Internet regularmente. Las posibilidades de participación, en términos de Web 2.0 y de «redes sociales», coadyuvan a la emergencia de nuevas esferas

públicas digitales, mediante blogs, wikis, foros, etc. El caso de plagio suscitado en torno al ex ministro de Defensa Karl Theodor zu Guttenberg, obligado a dimitir a principios de 2011, ilustró cómo, gracias a la interacción entre los medios clásicos y las redes sociales, las irregularidades o abusos pueden eliminarse más rápidamente que en tiempos pasados. En este sentido, el nuevo panorama mediático encierra un potencial de mayor democracia.

Al mismo tiempo, los medios de prensa de calidad tienen la responsabilidad de ofrecer a los lectores solo información verificada y confiable, así como atenerse a los principios periodísticos fundamentales, en sus reportajes y en la clasificación de los acontecimientos, a pesar del acelerado ritmo de difusión *online*. Si lo consiguen, asumen un papel como fuente de autoridad, de punto de referencia de las informaciones confiables, como ocurrió cuando el desastre del reactor nuclear en Japón, en 2011.

Sin embargo, el juicio sobre los cambios en el panorama de los medios durante los últimos treinta años no es totalmente positivo. Según demuestran las investigaciones efectuadas por estudiosos de las comunicaciones en los Estados Unidos durante los años 70, la hipótesis de la brecha de conocimiento, en cuanto al aumento del consumo de TV, parece cumplirse también para Alemania: la multiplicación en la oferta de los medios, particularmente electrónicos, no reduce, sino más bien profundiza la ya existente. Un sistema mediático que —en interacción con otros subsistemas sociales, por ejemplo el educativo— haga más estúpido al estúpido y más inteligente al inteligente, resulta, según esta tesis, disfuncional. En este sentido, en Alemania se ha abierto esa brecha: por un lado, las capas sociales más bajas se exceden en el consumo de TV —sobrepasan el promedio de la población—, y, por otro, muchos vuelven a depender más de los medios impresos de calidad —*Stern*, *Spiegel*, *GEO*. Por desgracia, la tendencia es hacia una sociedad dividida entre un sector interesado en el conocimiento, un giro unilateral hacia formatos de puro entretenimiento, característicos de partes de los sectores sociales más débiles, que favorece un círculo vicioso de empobrecimiento cultural y material, así como una actitud resignada y fatalista. En los estratos sociales superiores, por el contrario, la valoración de la escritura y la lectura sigue siendo alta, y las nuevas tecnologías mediáticas se han incorporado de varias maneras al «empoderamiento» personal.

¿Tienen las revistas una misión particular en el desarrollo de una esfera pública? ¿Cómo inciden revistas como la tuya (a diferencia de un diario, estación radial o canal de TV) en la construcción de esa esfera?

June Erlick. Siento que *ReVista* contribuye a la esfera pública porque reúne intelectuales y expertos con

puntos de vista muy diferentes para discutir temas específicos, en un espacio determinado. Es diferente a un periódico (aunque no tanto de ciertas secciones como las de los suplementos semanales), ya que no aborda la coyuntura. En *ReVista* me gusta combinar hechos, análisis y opiniones personales, algo que resulta inusual en la radio, la TV y los periódicos. Al mismo tiempo, cuando estoy organizando un número, Internet me permite conocer los temas que circulan, los autores que escriben bien, o tienen algo nuevo que decir. Con este recurso se hace más fácil el proceso de solicitud de colaboraciones, así como conseguir un equilibrio de puntos de vista, sobre todo en los números dedicados a algún país —en particular, a los más polémicos, como Bolivia y Venezuela.

A pesar de que los puntos de vista están ahí afuera, y puedo aprovecharme con facilidad de ellos como editora adiestrada en la selección de materiales, no estoy segura de que Internet siempre estimule la democracia. Por ejemplo, es muy fácil dejarse llevar de un sitio que promueve la inmigración a otro, si uno está a favor de ella; los amigos solo envían enlaces a sitios con los que concuerdan. *Google* funciona según la historia individual de búsquedas y, por lo tanto, termina produciendo resultados «favorables». Lo mismo le ocurriría a alguien que fuera virulentamente anti-inmigración. Creo que las revistas —aquellas que estimulan visiones diversas— pueden desempeñar un papel muy importante en la selección de información pública.

Esther Pérez y Marcel Lueiro: Se nos ocurren cuatro características específicas de las revistas en este sentido: pueden introducir temas y promover debates con mucha más fluidez y velocidad que los libros. Son menos perecederas que los diarios, la radio o la TV. Además, las revistas siempre representan una posición, un grupo, un sector, de modo que dan voz, y deben dialogar y discutir entre sí. Dicho esto, añadimos que hay revistas de muchos tipos. Hay las que llamaríamos «de periodismo», de las cuales, por ejemplo, *Bohemia* y *Cuba* fueron emblemáticas, la primera en los años 40 y los 50 y la segunda en los 60. Ese tipo de publicación tiene una incidencia muy grande en el espacio público. No hay nada en la actualidad que se les acerque. Las más importantes se mueven, sobre todo, entre el arte y las ciencias sociales.

Yoerky Sánchez: Varias veces, desde la redacción de *Alma Mater*, planteamos que una revista no es un periódico, pero tampoco constituye un libro. Nosotros no ofrecemos noticias, sino trabajos de fondo, aquellos que tienen que ver con la investigación, el análisis, la contrastación de numerosas fuentes. Desarrollamos los géneros de opinión, no los puramente informativos. Y hoy el público lector nos pide este tipo de entregas, porque tiene diversidad de fuentes para enterarse de qué

pasó, pero busca a alguien que le explique por qué pasó, y las consecuencias de los sucesos para él y el resto de la sociedad. Las revistas, debido al tiempo que poseen para su elaboración —mayor al de un diario y, por supuesto, al de un noticiero radial—, cuentan con más facilidades para ofrecer un material reposado, con más cantidad de elementos, y con una confirmación informativa superior, lo que les otorga mayor credibilidad. No son libros, porque no deben abandonar una característica básica del periodismo: la actualidad. Si bien difieren de los periódicos diarios, deben tener en cuenta el contexto en el que se publica el mensaje y el grado de actualización de las fuentes y los datos.

De esa manera, tienen una influencia fundamental en la construcción de la esfera pública. *Alma Mater*, desde sus inicios, manifestó su vocación de diálogo con los lectores. Su fundador, Julio Antonio Mella, lo dejó explícito en el primer editorial de la revista, en noviembre de 1922: «Por medio de este órgano, los estudiantes cubanos se comunicarán espiritualmente con todos sus compañeros que hablan el idioma de Cervantes en ambos hemisferios, y divulgaremos así la cultura, el valor de la juventud intelectual cubana».

Desde entonces hasta ahora, la publicación joven más antigua de Cuba muestra lo que ocurre dentro de los muros de la universidad, pero también lo que pasa fuera de ese entorno, conformando una opinión pública a partir de los intereses editoriales y la retroalimentación con los lectores.

Gustavo Andújar: En tanto medios de comunicación, todas las revistas participan, de una u otra forma, en el desarrollo de la esfera pública. Algunas lo hacen promoviendo en forma directa la investigación y el debate sobre temas fundamentales. Otras, a través de artículos informativos o de opinión más accesibles al ciudadano medio; pero también promueven la reflexión sobre temas de interés. Todas tienen un público que está, por lo general, por encima —en cuanto a selectividad se refiere— del consumidor promedio de radio, TV o prensa diaria, y eso hace que su aporte, en este sentido, pueda ser importante, si no necesariamente a nivel cuantitativo, sí al cualitativo.

Nuestra revista *Ecos*, aunque no tiene un perfil académico y trata, en la medida de lo posible, de mantener sus contenidos y lenguaje al alcance de los no especialistas, tiene una tirada pequeña y un contenido especializado, lo cual reduce sustancialmente su universo de destinatarios, y limita, por tanto, su impacto como publicación individual, en la construcción de la esfera pública. Otras revistas católicas de mayor tirada, como *Palabra Nueva* —de perfil general— y *Espacio Laical* —centrada en temáticas de orden económico, político y social— logran una incidencia mucho mayor,

no solo porque alcanzan a un público más amplio, sino porque las temáticas que abordan atraen más a lectores activamente interesados en los asuntos públicos.

Melanie Schehl: Un semanario de noticias como *Stern* proporciona una información de base a más de siete millones de lectores en cada número, y descansa, en buena medida, sobre información gráfica de primera mano, suministrada por reconocidos fotorreporteros, acerca de eventos y personalidades del mundo. Los lectores pueden así orientarse en el flujo de noticias y en los acontecimientos más controversiales —por ejemplo, ingeniería genética, crisis financiera, cambio energético, inmigración, sistema de salud, desempleo, globalización. Nuestro equipo editorial tiene capacidad para incluir en la revista cualquier tópico de interés. Hay una cantidad de columnistas que tratan cuestiones de política, economía, cultura, entretenimiento. Sin embargo, hay una gran flexibilidad en la mezcla de temas, lo que pone a *Stern* delante de otras publicaciones. En sus reportajes y su lenguaje fotográfico, es más emocional y, respecto a otros medios impresos, sus historias son más concretas, al mostrar el lado humano de las noticias, presentar a seres vivientes en acción, con sus alegrías y sus penas, sus éxitos y fracasos. En el mundo editorial, esto se corresponde con una expresión acuñada: «periodismo de 37 grados».

El correo electrónico, las redes sociales, los blogs, y otras modalidades amplían las posibilidades de incidencia de cada vez más personas en el espacio público. ¿Qué efectos favorables (y/o desfavorables) adviertes en este fenómeno? ¿Cómo las revistas pueden aprovecharlo, expandirlo, cultivarlo?

June Erlick: La otra función relevante de Internet para editores y periodistas es la democratización de las fuentes. Antes, por lo general, uno tenía que salir «a la calle», o empezar por las voces autorizadas, a fin de llegar a la «gente común». La red facilita el acceso a estas personas comunes —aunque, en definitiva, no tener acceso a una computadora siempre es un factor— y, por lo tanto, puede contribuir a la diversidad de voces dentro de una revista. Así que, a veces, yo misma, como editora, tengo acceso a un foro muy democrático o la ilusión de un espacio muy democrático.

Una sobrina mía trabajó en un centro de salud comunitario en Sierra Leona, durante un semestre escolar. Al regresar, me dijo que no me podía enseñar las fotos todavía, porque tenía que revelarlas. Le comenté sobre el hecho de que aún estuviera haciendo fotos «a la antigua», en vez de digitales. «No se puede recargar una cámara si no hay electricidad», me respondió. Internet hace que sea muy fácil expresar nuestras opiniones democráticas y olvidar que no todos están conectados. Las revistas son sitios que nos pueden recordar eso

si, como editores, asumimos la responsabilidad de recordárnoslo a nosotros mismos.

Esther Pérez y Marcel Lueiro: Los efectos favorables son obvios: la democratización de los medios. Teóricamente al menos, se pasa de un modelo trasmisivo a uno participativo de comunicación. En Cuba, aunque todavía limitado por el acceso, ya se ha demostrado en varias ocasiones su capacidad de movilización de la opinión. Entre los desfavorables se nos ocurre la avalancha de criterios e información, que puede tender a confundir a quien no está ya muy seguro de cuáles son las fuentes que prefiere y busca. No hay que olvidar que el acceso y el control no son equilibrados, y que todas las realidades de dominación del mundo actual se mueven también en esta esfera. Las revistas ya lo aprovechan, pero creo que todavía hay que aprender que se trata de otro «lenguaje». En esos medios no funcionan bien los géneros y los tamaños de los materiales de las revistas. También hay que buscar más la interactividad de maneras creativas.

Yoerky Sánchez: En las últimas décadas hemos recibido la mediación de las nuevas tecnologías. Ello ha provocado que se socialicen experiencias de manera más rápida y efectiva; para muchos, ser ciudadano hoy equivale a ocupar un espacio en la sociedad digital. En Cuba, aunque ese proceso transcurre de forma más lenta por las limitaciones en el acceso, tampoco pueden obviarse las ventajas de Internet, el correo electrónico y las redes sociales, en la conformación de una esfera pública cada vez más dinámica y diversa. Los medios tradicionales también interactúan con esos espacios y realizan la función de conductores frente a las autopistas de la información. Hoy, el lector se expone de manera simultánea a una avalancha de noticias, datos, imágenes y videos, que decodifica según su competencia interpretativa. Y la labor de los medios (entre ellos nuestras revistas) estriba, necesariamente, en ampliar esa capacidad analítica para descifrar lo que hay detrás de las complejidades que el público enfrenta en su vida cotidiana.

Tomando como base los presupuestos teóricos del sociólogo Niklas Luhmann, la escritora Belén Copegui recordaba recientemente que la función de los medios de comunicación es simplificar la complejidad, en términos de que sean inteligibles para el sistema social en su conjunto.

Con la llegada de las nuevas tecnologías se transforma también la agenda temática que los medios ofrecen y que el público hace suya. Se les otorga mayor preponderancia a la imagen y a la transmisión de los sucesos en tiempo real. Sin embargo, nada podrá sustituir el papel del periodista en los análisis de los distintos acontecimientos.

Ante el dilema del mundo digital, tecnofílicos y tecnofóbicos trazan muros infranqueables y parecen no tener reconciliación. Los primeros sobredimensionan los efectos de Internet como la solución a todos los problemas, mientras que los segundos los ven con temor apocalíptico. Creo que lo más sensato es evitar tanto la tecnofilia como la tecnofobia y asumir los cambios de manera realista, sin indebidas exaltaciones ni censuras.

Soy de la opinión de que las revistas pueden explorar este entorno tecnológico e incrementar su presencia en las comunidades virtuales, donde se reproduzca los materiales comunicativos y se logre una plena interacción con el público. Pero no basta con abrirse una página en *Facebook* o una cuenta en *Twitter*, debemos aprovechar esos espacios, utilizarlos eficazmente y tenerlos como fuentes y herramientas de gran utilidad para el desempeño de nuestra labor periodística.

Gustavo Andújar: Es imposible tratar este tema sin tener en cuenta las limitaciones en el acceso a Internet en Cuba —puestas nuevamente sobre el tapete por el sustancial incremento en la conectividad del país debido a la instalación de un cable internacional de fibra óptica. Hay que partir, por tanto, de que estamos hablando, sobre todo (aunque no exclusivamente, como explicaré más adelante) de esa pequeña proporción de la población que tiene acceso verdadero a Internet, no solamente a alguna intranet o servicio de correo electrónico.

Esto hace aún más sorprendente el vital movimiento de blogueros que se ha desarrollado en un plazo muy breve, poniendo de manifiesto el gran número de personas dispuestas a aprovechar cualquier espacio que se abra para hacer su aporte al debate en la esfera pública. De nuevo, y aún más que con las publicaciones en soportes convencionales, el acceso limita la incidencia de esos aportes, pero su propia existencia es un signo positivo. No podría ser diferente en un país con un envidiable nivel promedio de instrucción.

El impacto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la capacidad de incidencia de los ciudadanos individuales en el espacio público alcanza incluso a aquellos que, sin tener acceso a Internet, utilizan a algún servicio de correo electrónico, como demostró la eficacia que tuvo el abundante intercambio de *e-mails* desatado a raíz de la aparición en la TV, con ínfulas reivindicativas, de tres ex funcionarios de la cultura, estrechamente vinculados al polémico «quinquenio gris». La «Guerrita de los *e-mails*», como muchos han dado en calificar a ese intercambio, puso de manifiesto hasta qué punto han ampliado las TIC, con su inmediatez e interactividad, la capacidad de participación ciudadana en el espacio público.

Encuentro fascinante que sea en la blogosfera cubana, poblada mayoritariamente por jóvenes que expresan su desencanto por los megaproyectos sociales y se concentran, en cambio, en aquellos problemas de contornos bien definidos con los que chocan en el día a día —discriminaciones de diverso signo, una política migratoria restrictiva, necesidad de mayores espacios para la iniciativa económica...—, donde se está realizando el debate más abarcador sobre una agenda para el cambio socio-económico-político en el país.

En una situación como la cubana, donde este fenómeno se desarrolla fuera del alcance de la mayoría de la población —a la que más afecta—, las revistas podrían hacer una positiva contribución haciéndose eco de los principales elementos del debate sobre los asuntos públicos que allí se desarrolla y proponerlos a sus lectores, así como ofrecer espacios a participantes representativos de ese debate.

Melanie Schehl: Con el ejemplo de *Stern* se pueden estudiar bien las diferentes posibilidades de una marca de revistas fuerte. *Stern* impresa se ha convertido en el núcleo de una sólida familia con orientaciones de multimedia. Iniciada en 1995, hoy *Stern.de* se ubica entre los sitios de noticias más visitados en Internet, al

que también puede accederse mediante smartphones y tablets, con varios sistemas operativos. La extensión digital de *Stern* impresa se puede encontrar en la forma de *eRevista Stern*, como un *app* en un iPad, donde el contenido del número se ha enriquecido mediante entrevistas exclusivas en video, gráficos interactivos y otros recursos adicionales. Entre los efectos positivos de las redes sociales se encuentra la resonancia inmediata sobre el trabajo editorial, discusiones —por ejemplo, alrededor de comentarios de opinión—, así como la lealtad a la marca original. Otros productos impresos se articulan en torno al semanario *Stern*. Entre ellos se destacan *Neon*, un mensuario exitoso que recoge las experiencias vitales de los jóvenes entre 20 y 35 años; *Nido*, un mensuario orientado a familias urbanas jóvenes; así como *Stern Gesund Leben* (Vida Sana) y *Stern Fotografie*.

© TEMAS, 2011