

Las revistas internacionales de comunicación y los nuevos retos

POR DANIEL E. JONES

El número de títulos de revistas especializadas en el campo de la comunicación desde diferentes perspectivas académicas -sociológicas, económicas, políticas, semióticas, históricas- es cada vez mayor, en especial en los países desarrollados. En el Tercer Mundo, por su parte, este tipo de publicaciones sobrevive como puede, debido a un mercado exiguo, a unas lenguas poco extendidas y a un desarrollo de la investigación -así como del propio mercado mediático- todavía endeble.

Si embargo, sobre todo en el mundo anglosajón, el nivel de especialización es cada vez mayor. Si ya era difícil encontrar revistas que se ocupasen simultáneamente de todos los medios e industrias culturales, en los últimos años los títulos más importantes sólo analizan algunos medios concretos (en particular los audiovisuales electrónicos, y preferentemente desde unas pocas perspectivas académicas).

Es así como aparecen, cada vez más, revistas especializadas, por ejemplo, en historia de los medios audiovisuales, o bien en economía de la producción televisiva, en nuevas tecnologías aplicadas a la prensa o en comunicación y desarrollo en el Tercer Mundo. De esta manera, los expertos en los diferentes campos y en las distintas disciplinas aportan sus conocimientos específicos y cualificados, hecho que ayuda a comprender mejor no sólo el fenómeno global -complejo y variopinto-, sino también los nuevos retos que aparecen en un mundo cambiante y en permanente crisis.

1. AMÉRICA DEL NORTE: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

a) Communication Information (Quebec: Université Laval, vol. 14, núm. 2, segundo semestre de 1993) presenta artículos sobre la comunicación social en Quebec, en el conjunto de Canadá y en el panorama internacional: la significación cultural de la publicidad, la producción audiovisual independiente y el papel de la política gubernamental canadiense, la

comunicación para el desarrollo y transferencia de conocimientos, la americanización de la radio quebequense y la producción y recepción de telenovelas en esta región francófona.

b) *Communication Research Trends* (Saint Louis: Centre for the Study of Communication and Culture, vol. 13, núm. 4, 1993) presenta un número hecho conjuntamente con la Universidad Complutense de Madrid, dedicado a diferentes aspectos de la investigación y bibliografía sobre comunicación social en España y en América Latina: las telenovelas y series, la influencia de la televisión sobre la infancia, la violencia a través de los medios y la popularización de los estudios semióticos.

c) *Journal of Communication* (College Park, Maryland: International Communication Association, vol. 44, núm. 1, invierno de 1994) presenta los resultados de un simposio internacional sobre el libro, y divide sus numerosas aportaciones en diferentes apartados: libros de texto de carácter político, bibliografías sobre comunicación social, libros científicos y humanísticos, investigaciones sobre medios y desarrollo en África, estudios sobre salud y comunicación, y análisis sobre el papel de la televisión en la Guerra del Golfo, entre otros.

d) *Journal of Communication Inquiry* (Iowa City: The University of Iowa, vol. 18, núm. 1, invierno de 1994) presenta diferentes estudios, entre los que destacan un análisis textual de las informaciones norteamericanas sobre la República Democrática de Kampuchea, las informaciones sobre la delegación palestina en la Conferencia de Madrid, la "ideología de la pobreza" en la prensa, el discurso auténtico del rock, los códigos del fotoperiodismo y el flujo internacional de imágenes, y la libertad de expresión en los medios de la República Surafricana.

e) *Journal of Film and Video* (Atlanta: University Film and Video Association, vol. 45, núm. 1, primavera de 1993) incluye diferentes artículos sobre el "mito de la persistencia retiniana", sobre el discurso feminista y las telecomedias de situación, sobre el mundo del futuro y las predicciones hechas por la ciencia ficción, y sobre la leyenda cinematográfica creada en torno al realizador alemán R.W. Fassbinder.

f) *Journalism Quarterly* (Chapel Hill, North Carolina: Association of Education in Journalism and Mass Communication, vol. 70, núm. 4, cuarto trimestre de 1993) incluye diferentes apartados con artículos diversos sobre narraciones periodísticas (temas de seguridad nacional, información internacional), sobre investigaciones en curso (mujeres en los medios, papel del vídeo doméstico, nuevas tecnologías televisivas y la satisfacción del espectador), sobre estudios históricos (evolución de la prensa norteamericana) y sobre actividades laborales (influencias de los editores en los periodistas, búsqueda de trabajo y éxito profesional).

g) *Public Opinion Quarterly* (Ann Arbor, Michigan: American Association for Public Opinion Research, vol. 57, núm. 4, invierno de 1993) incluye diferentes aportaciones teóricas sobre sociología de la opinión pública: impacto de la privacidad y la confidencialidad en las encuestas, medición del grado de aceptación frente a organizaciones e instituciones públicas y privadas, influencias políticas y encuestas electorales, y pesimismo público ante las dificultades de obtención de empleo.

2. EUROPA: MEDIOS EN CRISIS, EN MEDIO DE LA CRISIS

- a) *Communications et Langages* (París: Editions Retz, núm. 99, primer trimestre de 1994) presenta diferentes artículos, entre los que destacan dos sobre televisión (la intifada en los telediarios, el público y los animadores), la publicidad en tiempos de crisis, los multimedia desde una perspectiva psicológica, las imágenes de la ciencia, y una aproximación tecnológica a los objetos y a los universos virtuales.
- b) *Communication & Strategies* (Montpellier: IDATE, núm. 13, primer trimestre de 1994) incluye varios artículos de carácter económico o tecnológico sobre las telecomunicaciones, entre los que destacan dos sobre el “servicio universal” (el servicio público y la red) como concepto clave, y otros dos sobre la experiencia liberalizadora del mercado británico y sobre las previsiones existentes en el mercado europeo.
- c) *Dossiers de l’Audiovisuel* (Bry-sur-Marne: Institut National de l’Audiovisuel, núm. 54, marzo-abril de 1994) está dedicada monográficamente al depósito legal de la radiotelevisión, con múltiples textos sobre el patrimonio documental de los medios audiovisuales, en particular el que atesora la mediateca del INA: documentos sonoros y audiovisuales, nuevas tecnologías de almacenamiento, catalogación y recuperación, y su utilización por parte de profesionales, investigadores y público en general.
- d) *European Journal of Communication* (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 9, núm. 1, marzo de 1994) cuenta con colaboraciones de bastante interés, entre otras: el papel del público en la formulación de políticas y regulaciones sobre la radio y la televisión (la experiencia canadiense), las condiciones laborales en las empresas televisivas privadas de la Comunidad Europea, el papel de la televisión en las elecciones europeas (los casos de Bélgica y Dinamarca), y las noticias extranjeras como transmisoras de ideología.
- e) *Gazette* (Dordrecht, Holanda: Kluwer Academic Publishers, vol. 52, núm. 2, 1993) está especializada en comunicación para el desarrollo en el Tercer Mundo, e incluye en esta edición diferentes artículos sobre el papel de los medios en países del Africa subsahariana - Burkina Faso y Nigeria, entre otros-, en cuestiones claves como la salud o la educación.
- f) *Historical Journal of Film, Radio and Television* (Abingdom, Reino Unido: Carfax Publishing Co., vol. 14, núm. 1, 1994) incluye diferentes artículos sobre historia de los medios audiovisuales en diferentes países noratlánticos: el renacimiento del cine italiano durante el periodo fascista (1937-43), la conformación de un auténtico mercado nacional cinematográfico británico (1934) y la producción de la RKO Pictures (1929-51).
- g) *Index on Censorship* (Londres, vol. 23, núm. 1-2, mayo-junio de 1994) presenta gran variedad de artículos que denuncian y analizan la falta de libertad de expresión y de información que se producen en diferentes países del mundo, en especial en zonas de guerra (como Bosnia), o bien con graves conflictos sociales (como Chiapas, México) o en grandes áreas deprimidas del Tercer Mundo (países árabes, Africa subsahariana o China).
- h) *Inter Media* (Londres: International Institute of Communications, vol. 22, núm. 2, abril-

mayo de 1994) dedica la parte central de esta edición a analizar las transformaciones que se están produciendo en China -entrada de capital extranjero en el negocio de la televisión y modernización de las telecomunicaciones-, así como otros aspectos y países: aumento de la competencia en el mercado telefónico caribeño, posibilidades y retos de las autopistas de la información según el vicepresidente Al Gore, influencia de la televisión en la infancia, y desarrollo de la TVAD en los Estados Unidos.

i) Media, Culture & Society (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 16, núm. 2, abril de 1994) dedica esta edición a analizar el papel del sistema comunicativo en los países del Este después del fin del comunismo: construcción de una “democracia mediática” en la antigua Alemania oriental, evolución y reformas de la televisión en la China post-Mao, cambios y libertades en los países de la Europa central y oriental, y el caso de Hungría como modelo de penetración occidental.

j) Médiaspouvoirs (Clamart, Francia: Médiaspouvoirs, núm. 34, segundo trimestre de 1994) analiza de forma monográfica la crisis específica de los medios de comunicación en una época de crisis generalizada; por ello, intenta definir la actual recesión del sector comunicativo dentro del panorama económico general, e ilustra las posibles salidas con nuevas propuestas empresariales como los diarios Jour e InfoMatin, los nuevos lenguajes televisivos -como los reality shows- o las programaciones dirigidas a minorías étnicas.

k) MIND: Media Industry (Milán: Instituto di Economia dei Media, núm. 24, marzo de 1994) presenta en este número diferentes aspectos de los medios de comunicación en Italia y en el resto de Europa desde un punto de vista económico: el sector de la televisión local, la distribución de prensa, o los acuerdos empresariales de alcance mundial entre medios, electrónica de consumo y telecomunicaciones.

l) Réseaux: Communication, Technologie, Société (París: CNET, núm. 64, marzo-abril de 1994) dedica su cuaderno central a la profesión de comunicador: la sociedad de la comunicación y sus intérpretes (análisis de diversos tipos de agentes sociales líderes), la “crisis gerencial” de las relaciones públicas y la comunicación institucional, el director de comunicación como técnico autónomo y diferenciado del periodista, y la profesionalización en los medios locales.

m) TIS: Technologies de l'Information et Société (Montrouge, Francia: Dunod, vol. 6, núm. 1, 1994) está centrada en analizar -desde la sociología y la economía del trabajo- los cambios tecnológicos y organizativos de empresas e instituciones: los procesos de implantación de un sistema de gestión informatizada de la producción en una empresa de Quebec, la dinámica de los conocimientos y los cambios organizacionales en la producción, y la innovación europea en el campo de la “inteligencia audiovisual”.

n) Telecommunications Policy (Oxford: Butterworth-Heinemann, vol. 18, núm. 2, marzo de 1994) presenta diferentes artículos acerca del desarrollo tecnológico de las telecomunicaciones, entre ellos sobre las posibilidades de expansión de las licencias celulares en Europa, las redes abiertas (ONP) en la Comunidad Europea, las estrategias de expansión y competencia de la AT&T (Estados Unidos), BT (Reino Unido) y NTT (Japón) en los

mercados mundiales, y la regulación de las telecomunicaciones en Nueva Zelanda.

ñ) The NORDICOM Review (Göteborg: NORDICOM, University of Göteborg, núm. 2, 1993) está dedicada monográficamente a analizar el papel de la mujer en el mundo de la comunicación, con textos sobre etnografía de los medios escandinavos, lectura de semanarios suecos, comercialización y femineidad en la televisión danesa y audiencia de la televisión. Asimismo, se incluye un análisis sobre el papel de la cultura y la literatura en una Europa en la que convergen cada vez más las estructuras económicas, políticas y sociales.

3. AMÉRICA LATINA: EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN CHIAPAS

a) Comunicação & Sociedade (Sao Bernardo do Campo, Sao Paulo: Instituto Metodista de Ensino Superior, núm. 20, diciembre de 1993) incluye cuatro artículos sobre cuestiones relacionadas con la imagen: las posibilidades del vídeo popular en América Latina, el cine como texto, el humor gráfico brasileño en las últimas dos décadas y la tipología de los espectadores de la televisión paulista ABC. Asimismo, se incluyen otros artículos sobre el mercado editorial brasileño, los flujos informativos y culturales entre América Latina y la Península Ibérica o el crecimiento de la radio en FM en los 70.

b) Comunicación (Caracas: Centro Gumilla, núm. 85, primer trimestre de 1994) dedica esta edición a analizar el papel de la globalización económica de la comunicación y del papel que desempeñan en ésta los grandes grupos empresariales, tanto norteamericanos como europeos y latinoamericanos. Asimismo, se incluyen algunas reflexiones sobre la integración del sector audiovisual en Europa y los espacios público y privado en el sector cultural desde la teoría económica.

c) Interacción: Revista Interdisciplinaria de Comunicación Educativa (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, vol. 8, núm. 2, abril-junio de 1994) está dedicada a promover la educación a través de los medios audiovisuales -preferentemente la televisión-, tanto en Colombia como en el conjunto de América Latina. En este número presenta diferentes experiencias sobre televisión y participación comunitaria, así como un análisis del mensaje y del papel de la Iglesia.

d) Revista Mexicana de Comunicación (México: Fundación Manuel Buendía, núm. 34, abril-mayo de 1994) está dedicada monográficamente a estudiar las repercusiones de los acontecimientos recientes de Chiapas en los medios de comunicación, tanto mexicanos como internacionales. El papel de los informadores ante las inesperadas acciones del Ejército Zapatista de Liberación Nacional es analizado sin complejos: ausencia de profesionalismo y de suficiente audacia, poca objetividad y ponderación, abundante racismo de los medios, e hiperinformación y escaso análisis.

a) Annals del Periodisme Català (Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, núm. 23, julio-diciembre de 1993) está dedicada a conmemorar los 70 años de historia de la radio en Cataluña, con textos sobre los orígenes y la evolución de Radio Barcelona y Radio Nacional; el papel de las emisoras comerciales, locales, libres y municipales, y el desarrollo de las emisiones en catalán (Ràdio 4 y Catalunya Ràdio).

b) Anuario del Departamento de Historia (Madrid: Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, núm. 5, 1993) presenta diferentes artículos de carácter histórico, entre los que pueden mencionarse algunos referidos a los medios de comunicación, como por ejemplo la creación de la imagen del nuevo Estado franquista en Estados Unidos a través de la revista Spain, las tendencias de la investigación en América Latina, la prensa obrera y la propaganda, la censura durante el franquismo y la propaganda alemana en México en la Primera Guerra Mundial.

c) Archivos de la Filmoteca (Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana, núm. 16, febrero de 1994) dedica su tema central al análisis histórico del melodrama cinematográfico mexicano como reflejo de su sociedad y de la Revolución, y sus repercusiones en la estratificación de la cultura de aquel país. Además, se incluyen otros artículos sobre restauración de películas europeas del pasado, sobre teoría y estética del cine y sobre el universo electrónico.

d) Capçalera (Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, núm. 51, abril de 1994) presenta su informe anual sobre la libertad de información en Cataluña, con textos diversos sobre diferentes aspectos que han limitado de alguna manera la acción de la profesión periodística (reporteros, redactores, fotógrafos, camarógrafos), tanto desde el poder político como el económico, durante 1993.

e) Comunicación y Estudios Universitarios (Valencia: Fundación CEU San Pablo, núm. 3, 1993) ofrece artículos referidos a diferentes aproximaciones al sistema comunicativo, como por ejemplo sobre concentración y gigantismo empresarial en el sector comunicativo, audiencias e inversión publicitaria, posibilidades de la publicidad interactiva, comunicación educativa, titulares informativos y propagandísticos en la prensa, propaganda republicana en la Guerra Civil española, o análisis del Nuevo Catecismo en la prensa madrileña.

f) Documentación de las Ciencias de la Información (Madrid: Departamento de Documentación de la Universidad Complutense, núm. 16, 1993) presenta artículos sobre la evolución de los estudios en Biblioteconomía y Documentación en España, la formación del informador como garantía de la libertad de expresión, las aplicaciones de los discos interactivos CD-ROM a la docencia universitaria y el papel de los profesionales de la información en España.

g) Item (Barcelona: Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya, núm. 13, 1993) presenta diferentes artículos de biblioteconomía y documentación en Cataluña, en el conjunto de España y en otros países de Europa sobre diferentes aspectos: la formación de técnicos, la imagen y el estatus de los profesionales, la implantación de nuevas tecnologías o las posibilidades de la red Internet.

h) Periodística (Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, núm. 6, 1993) centra esta edición en los "procesos de construcción del texto", con artículos sobre el poder discursivo de los medios de comunicación, la transparencia de los textos, las fuentes, los modos argumentativos del periodismo de opinión, los géneros informativos en el discurso televisivo y la prensa italiana en la construcción europea.

i) Revista de Ciencias de la Información (Madrid: Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, núm. 7, 1993) incluye diferentes artículos de profesores de esta casa de estudios, entre los que destacan los siguientes temas: la imagen y la creatividad del lenguaje científico, el valor simbólico de las carátulas discográficas, las dimensiones conceptuales de la comunicación corporativa o la información internacional sobre investigaciones científicas de comunicación social.

j) Revista General de Información y Documentación (Madrid: Universidad Complutense, vol. 3, núm. 2, 1993) contiene una serie de artículos centrados en la formación de los documentalistas en España y en el resto de Europa, así como otros sobre la evolución de las tecnologías de la información y su aplicación al proceso documental.

