Nuevas aportaciones de las revistas especializadas en comunicación

POR **DANIEL E. JONES**

Esta sección presenta habitualmente una selección de ediciones recientes de las principales revistas académicas especializadas en comunicación y nuevas tecnologías editadas en diferentes áreas del mundo: América del Norte, cuenca del Pacífico, Europa occidental, América Latina y España.

De esta manera, podemos acercarnos a los principales temas propuestos por estas publicaciones, que van configurando un cuerpo doctrinal de gran solidez, que es tenido en cuenta por los investigadores de la especialidad. En general, existe bastante tradición en el mundo desarrollado por utilizar estas fuentes hemerográficas para estar al día en el campo teórico y profesional. Por tanto, es habitual que sus artículos sean citados con frecuencia en otros artículos, en libros o en monografías académicas. Esto es así porque, al igual que ocurre con las demás especialidades científicas, en las principales revistas anglosajonas, por ejemplo, se publica lo más novedoso e interesante.

Sin embargo, en el mundo iberoamericano no suele ocurrir así. Existe una gran pereza por parte de los especialistas por citar artículos de revistas nacionales o extranjeras. En general, las bibliografías de libros, artículos o programas académicos suelen confeccionarse casi exclusivamente con referencias a libros nacionales o bien a traducciones a la propia lengua, muchas veces superados por nuevas aportaciones teóricas.

Entre nosotros, por tanto, se tiene un cierto desconocimiento de lo publicado en las revistas académicas nacionales o extranjeras. Esto parece comprensible respecto de las revistas propias, porque las verdaderamente originales son escasas y la mayoría suelen ser muy localistas y con aportaciones teóricas o profesionales bastante pobres. Pero resulta incomprensible, por ejemplo, en el caso de las citas de revistas extranjeras -sobre todo las más prestigiosas de Francia, el Reino Unido o los Estados Unidos, debido a la abundancia y calidad de las propuestas- tal como se puede comprobar a continuación.

AMÉRICA DEL NORTE Y CUENCA DEL PACÍFICO: EL INTERÉS POR CHINA

Fundación Telefónica
Telefónica

a) Canadian Journal of Communication (Burnaby, Canadá: Simon Fraser University, vol. 19, núm. 2, primavera de 1994) incluye artículos sobre el papel de los medios en las elecciones, sobre los orígenes de la radiodifusión en Canadá, sobre la racionalización de la industria periodística norteamericana (a partir de USA Today y The London Free Press), y sobre la confrontación entre conocimiento tradicional y moderno en el desarrollo de las diferentes sociedades.

b) Communication Information (Quebec, Canadá: Université Laval, vol. 15, núm. 1, primavera de 1994) presenta artículos sobre la supuesta inmoralidad de la publicidad, la comunicación institucional, la información televisiva en Alemania y en Canadá (como fuente de información y como distracción), y la RQIC (red de información sobre comunicación social en Quebec).

c) Communication Research (Thousand Oaks, EUA: Sage Periodical Press, vol. 21, núm. 4, agosto de 1994) incluye artículos que, desde la Psicología social, analizan el poder oculto de la mediación comunicativa que se produce en la informática, y los efectos interpersonales (sociales y antisociales) en este tipo de interacciones; los usos eróticos que se hacen de las retransmisiones de violencia sexual, y los efectos de la televisión en los comportamientos violentos o antisociales de la población.

d) Communication Research Trends (Saint Louis, EUA: Centre for the Study of Communication and Culture, vol. 14, núm. 3, 1994) está dedicada a una nueva interpretación de la audiencia de los medios, es decir al desarrollo reciente del “análisis de la recepción”, con aportaciones sobre los estudios académicos en diferentes partes del mundo.

e) Communication Theory (Boulder, EUA: International Communication Association, vol. 4, núm. 2, mayo de 1994) incluye tres textos que estudian la comunicación y la evolución sociocultural en las organizaciones y en las sociedades; las distinciones entre comunicación humana y “representacional”, y una revisión sobre el “análisis crítico del discurso”: destrucción y reconstrucción del papel de la intención.

f) International Journal of Public Opinion Research (Newark, EUA: World Association for Public Opinion Research, vol. 6, núm. 2, verano de 1994) analiza los efectos sobre la población de la reforma económica china en un país con monopolio informativo; los actuales estudios de opinión pública en Japón; la cobertura de los medios sobre el tráfico de cocaína y los efectos en su consumo; la percepción de la ciencia en la población europea, y un debate sobre si existen o no los cambios de opinión en el público.

g) Journalism Quarterly (Columbia, EUA: Association for Education in Journalism and Mass Communication, vol. 71, núm. 2, 1994) analiza diferentes aspectos de la comunicación social desde varias perspectivas: teoría y metodología (“ilusiones” del poder de los medios, cobertura de enfermedades, comunicación interpersonal); publicidad y relaciones públicas (mujeres y propaganda electoral, publicidad medioambiental); historia, derecho y economía (fotoperiodismo y población negra en la prensa del último medio siglo); internacional (la prensa en Indonesia, la Associated Press en Alemania), y comunicación política (efectos de la acción pública en la opinión de la población).

Fundación Telefónica
Telefónica

h) Journal of Broadcasting & Electronic Media (Bloomington, EUA: Broadcast Education Association, vol. 38, núm. 3, verano de 1994) incluye diferentes artículos sobre audiencias y efectos de la televisión norteamericana, como actitudes ante la propaganda política, interés por la programación según el nivel de estudios, respuestas ante los vídeos musicales comerciales, promoción de la programación durante los Juegos Olímpicos de 1992, diferencias de roles en la publicidad infantil, y efectos de la censura durante la Guerra del Golfo.

i) Journal of Communication (College Park, EUA: International Communication Association, vol. 44, núm. 3, verano de 1994) está dedicada monográficamente al desarrollo de la comunicación en China: continuidad y reformas, desarrollo económico y desarrollo mediático, cambios en el periodismo provocados por los debates académicos y profesionales, nuevas formas de percepción del mundo en los medios nacionales, e internacionalización del audiovisual en un mercado que se resiste a la liberalización salvaje.

j) Keio Communication Review (Tokio: Institute for Communications Research de la Keio University, núm. 16, marzo de 1994) está dedicada generalmente a analizar el sistema mediático japonés y sus vinculaciones sobre todo con el Sudeste asiático y con los Estados Unidos. En esta ocasión, aparecen artículos sobre la imagen de la mujer norteamericana en las corporaciones japonesas; las relaciones entre el Gobierno, la prensa y la opinión pública; la difusión de la lengua inglesa a través de los medios; el sistema de los Clubes de Prensa, y los informativos en la cadena pública Nippon Hoso Kyokai (NHK) y en la privada Nippon Television (NTV).

k) Public Opinion Quarterly (Ann Arbor, EUA: American Association) analiza diferentes aspectos de la investigación actual sobre opinión pública en los Estados Unidos y, ocasionalmente, en otros países. En este número, por ejemplo, destacan estudios acerca de los cambios de actitudes ante el aumento progresivo de los impuestos, los experimentos sobre la opinión pública ante las drogas y el alcohol, y la dinámica de la popularidad del Gobiemo británico.

EUROPA: LA CONCENTRACIÓN CRECIENTE

a) Communication & Strategies (Montpellier: IDATE, núm. 15, tercer trimestre de 1994) presenta un análisis comparativo de las políticas de telecomunicaciones: en los Estados Unidos y Japón, y otros artículos sobre la regulación de los precios en las telecomunicaciones europeas, sobre las tecnologías de la información desde el punto de vista de los usuarios, y sobre la administración estratégica de la innovación dentro de la industria cinematográfica (estandarización, diferenciación y evolución de las normas).

b) Dossiers de l'Audiovisuel (Bry-sur-Marne, Francia: Institut National de l'Audiovisuel, núm. 57, septiembre-octubre de 1994) está dedicada a la televisión local y comunitaria, con gran variedad de artículos y datos sobre este medio "de proximidad", tanto en Francia como en otros países europeos, en los Estados Unidos, en América Latina y en la India. Analiza las diferentes modalidades de este tipo de televisión (urbana, rural, hertziana, por cable), desde un punto de vista jurídico, social, económico y cultural.

Fundación Telefónica
Telefónica

c) European Journal of Communication (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 9, núm. 3, septiembre de 1994) incluye tres artículos sobre el papel del periodismo profesional en Europa (el "lado sagrado", la perspectiva narrativa del discurso periodístico y los códigos deontológicos en Suecia y en Finlandia), además de otros sobre la industria cinematográfica portuguesa y sobre el racismo y el sexismo en las comedias televisivas de la BBC.

d) Gazzette (Dordrecht, Holanda: Kluwer Academic Publishers, vol. 53, núm. 1-2, 1994) está dedicada monográficamente a analizar los cambios producidos recientemente en la comunicación en el Sudeste asiático: las ambigüedades y contradicciones de la política comunicativa china, la falta de garantías profesionales en la prensa de este país, la política hacia el exterior a través del China Daily, la comparación entre la prensa norteamericana y la china, el auge comunicativo y publicitario de Taiwan, y la liberalización experimentada en Corea del Sur y en Hong Kong.

e) Inter Media (Londres: International Institute of Communications, vol. 22, núm. 5, octubre-noviembre de 1994) recoge las ponencias y comunicaciones presentadas en la conferencia anual del IIC celebrada en Finlandia, y dedicada este año a la comunicación multimedia y digital, y a analizar las diferencias registradas entre el Norte y el Sur, las posibilidades de las imágenes virtuales y el avance de la "comunicación global".

f) Media, Culture & Society (Londres: Sage Periodicals Press, vol. l6, núm. 4, octubre de 1994) está dedicada monográficamente a la historia de la comunicación social, con un texto sobre el marco teórico de este tipo de aproximación y otros sobre casos concretos, como las entrevistas en la prensa norteamericana entre 1860 y 1930, la propaganda radiofónica dirigida a la mujer en la República de Weimar, el nacimiento de la radio pública en Francia, las relaciones entre la BBC y la radiotelevisión norteamericana entre 1922 y 1955, y la llegada de la televisión a los hogares holandeses.

g) Médiaspouvoirs (París: Médiaspouvoirs, núm. 36, tercer trimestre de 1994) dedica su informe central a la concentración de medios en Francia (con análisis sobre la nueva industrialización del sector, las inversiones de los grupos financieros e industriales en la prensa y el audiovisual, y las ayudas públicas) y en otros países europeos: Alemania, Bélgica, el Reino Unido, Italia, Portugal y España.

h) Problemi dell'Informazione (Bolonia: Il Mulino, año XIX, núm. 3, septiembre de 1994) está dedicada monográficamente al análisis de las elecciones legislativas que hace unos meses auparon al poder político a Forza Italia y a su mediático líder: Berlusconi. Precisamente, es analizado el decisivo papel de la televisión (a través de la "telepolítica", el marketing, la representación, los sondeos), y la escasa influencia de la prensa (el debate programático, la reflexión, el análisis).

i) Réseaux: Communication, Technologie, Société (Issy-les-Moulineaux, Francia: GDR Communication, núm. 66, julio-agosto de 1994) se dedica monográficamente a las características, virtudes y defectos de las telecomunicaciones -en especial la reglamentación sobre el teléfono y la televisión- como servicio público a lo largo del siglo XX, con análisis generales sobre el conjunto europeo y específicos sobre Francia, Bélgica y el Reino Unido.

Fundación Telefónica
Telefónica

j) Telecommunications Policy (Oxford: Butterworth-Heinemann, vol. 18, núm. 7, octubre de 1994), especializada en política y economía de las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías, cuenta con artículos sobre la competencia ("regulación asimétrica") en los mercados telefónicos locales en los Estados Unidos; los cambios introducidos en los servicios de telecomunicaciones en Alemania, y las nuevas y exitosas estrategias de marketing telefónico en Australia.

k) TIS: Technologies de l'Information et Société (Montrouge, Francia: Dunod, vol. 6, núm. 3, 1994) pasa revista a los diferentes problemas sociales surgidos de la utilización de las nuevas tecnologías de la información: la sociología de la difusión, de la innovación y de la apropiación. Asimismo, destaca la importancia creciente de los proveedores como intermediarios económicos claves en los servicios telemáticos en Francia, y la actual política de desarrollo económico y tecnológico en Bélgica, que permite nuevos servicios telemáticos a los usuarios.

LUÍS CASABLANCA

AMÉRICA LATINA: ENTRE LA EDUCACIÓN Y LA PROPAGANDA

a) Anuario de investigación de la comunicación (México df: coneicc, núm. 1, 1994) es una excelente recopilación sobre los estudios que se realizan actualmente en México, y cuenta con colaboraciones diversas sobre modernidad, identidad cultural, oralidad y medios; televisión nacional y globalización cultural; acción comunicativa (identidad-alteridad social); análisis comparativos de la investigación en comunicación entre Brasil y México; la comunicación urbana, o redes telemáticas emergentes.

b) Chasqui: revista latinoamericana de comunicación (Quito: ciespal, núm. 49, octubre de 1994) presenta tres temas principales: las adaptaciones literarias al cine y a la televisión; los problemas de las radios populares en la consolidación de la democracia, y el papel de la mujer en los medios. además, incluye varias entrevistas a comunicadores sociales y análisis

Fundación Telefónica
Telefónica

sobre las estrategias comunicativas en los conflictos de Chiapas y haiti.

c) Comunicación: estudios venezolanos de comunicación (Caracas: centro gumilla, núm. 87, tercer trimestre de 1994) presenta diferentes artículos sobre la profesión periodística: las figuras sobresalientes de la comunicación social en venezuela, las expectativas de los egresados en comunicación social y el mercado de trabajo, la investigación en las escuelas de comunicación de américa latina, y un informe sobre la reforma de la ley que regula la colegiación y el ejercicio profesional en aquel país sudamericano.

d) Comunicaçao & sociedade (s¦o bernardo do campo, Brasil: instituto metodista de ensino superior, junio de 1994) está dedicada al análisis de las nuevas tecnologías (telemática y modernización, televisión interactiva), el periodismo (información científica y técnica en la prensa europea, imagen de Brasil en las crónicas de eça de queirós), la comunicación educativa (periódicos especializados, abismo entre Universidade industria), la cultura (identidad, literatura y colonización en Brasil), la televisión (telenovela Brasileña en europa), la publicidad (consumo de mitos o mito de consumo), la música popular y la resistencia cultural en las historietas de Asterix.

e) Común: revista de comunicación y cultura (la paz: Universidadcatólica boliviana San Pablo, núm. 2, octubre-noviembre de 1994) presenta un abanico amplio de temas, que van desde el papel del escritor, la creatividad publicitaria, la importancia de las telenovelas, las relaciones entre periodismo y cultura, la comunicación urbana, las radios comunitarias o la participación popular. además, incluye una entrevista con el veterano investigador luís ramiro beltrán, quien exhorta a los comunicadores latinoamericanos a que asuman un nuevo papel más activo y creativo.

f) Contratexto (Lima: facultad de ciencias de la comunicación de la Universidadde Lima, núm. 7, febrero de 1994) presenta artículos sobre medios de comunicación y violencia en la transición chilena, intenciones de voto y ajuste económico en Argentina, democratización de los medios en bolivia, comunicación y cultura política en Perú, opinión política de los jóvenes limeños y comunicación y democracia -política y mediática- en el contexto venezolano.

g) Cuadernos cicosul (Lima: facultad de ciencias de la comunicación de la Universidadde Lima, núm. 17, 1994) está dedicada a analizar el estado de la comunicación empresarial en el Perú: varios autores estudian diferentes aspectos de la práctica de la comunicación organizacional (diagnóstico, planificación, implementación, evaluación), la teoría de sistemas y los procesos comunicativos internos de las empresas, el papel del vídeo y la microinformática, y se ocupan de diferentes sectores específicos (energía, transporte y comunicaciones, turismo, finanzas, industria, comercio y sanidad).

h) Interacción (Bogotá: centro de comunicación educativa audiovisual, núm. 4, octubre-diciembre de 1994) presenta diferentes experiencias de comunicación popular (las vivencias teórico-prácticas, la radio urbana, el problema del mediador); reflexiones sobre espacios audiovisuales (uso pastoral del vídeo y de la televisión, la telemedicina); investigaciones (comunicación pública y demandas sociales, tradición oral entre los indígenas), y textos diversos sobre el papel de los medios en la educación y en la evangelización.

Fundación Telefónica
Telefónica

i) Intercom: revista Brasileira de comunicaçao (Sao Paulo, intercom, vol. xvii, núm. 1, enero-junio de 1994) presenta diferentes textos de investigadores Brasileños y del resto de iberoamérica, entre los cuales pueden destacarse uno que analiza la institucionalización del campo académico de la comunicación en México y en Brasil, y otros sobre marketing en la prensa española, la televisión y el vídeo en la formación escolar Brasileña, y la participación de las religiones evangélica y católica en la radiodifusión carioca.

j) Renglones (zapopan, México: iteso, año 9, núm. 27, diciembre de 1993-marzo de 1994) presenta monográficamente una panorámica general sobre la complejidad de la telenovela en sus distintos aspectos. por ser un género genuinamente latinoamericano, aunque de proyección mundial, cuenta con la colaboración de diferentes analistas del continente que se ocupan de aspectos como la investigación sobre este fenómeno y las telenovelas en México, Perú, Puerto Rico y Brasil.

k) Revista comunzcaçoes e artes (Sao Paulo: universidade de Sao Paulo, núm. 28, enero-abril de 1994) incluye distintos artículos teóricos de carácter cultural, sobre cuestiones como las transformaciones en el arte que convidan a la invención de otras reglas estéticas, la introducción de las nuevas tecnologías en el cine, las contradicciones en las teorías de la comunicación, las ideas renovadoras de Noam Chomsky en el terreno político internacional y la televisión cultural.

l) Revista mexicana de comunicación (México: fundación manuel buendía, núm. 37, octubre-noviembre de 1994) presenta diferentes reflexiones sobre el papel de los medios de comunicación en las recientes elecciones presidenciales mexicanas (televisión como arma propagandística, hegemonía cultural del pri, monopolización televisiva de los comicios); la trayectoria empresarial de emilio azcárraga, propietario de televisa; la censura a periodistas radiofónicos; el humorismo político; la radiodifusión digital en el mundo; el estado de la investigación sobre comunicación en américa latina, y el papel de las oficinas de prensa.

ESPAÑA: EL DEBATE SOBRE LAS TELECOMUNICACIONES

a) Comunicación y pedagogía (Barcelona: fin ediciones, año xvi, núm. 127, septiembre de 1994) presenta artículos, comunicaciones y experiencias sobre la aplicación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información en la enseñanza de las ciencias sociales: programas audiovisuales especiales y cd-rom sobre historia o geografía que se encuentran en el mercado; películas comerciales de carácter histórico de utilidad para los escolares, y el papel activo de la prensa en la enseñanza.

b) Comunicación y sociedad (pamplona: Universidad de Navarra, vol. vii, núm. 1, 1994) analiza monográficamente la ley sapin -que regula la publicidad en francia a partir de 1993- y sus repercusiones sobre anunciantes, agencias y medios en España,con textos del propio ex ministro, así como sobre las centrales de compra europeas, y los antecedentes de la publicidad francesa que llevaron a la promulgación de la citada norma, su aplicación y consecuencias. otros artículos tratan sobre la liberalización de la televisión en España, la prensa española durante el franquismo o el “umbral de rentabilidad” en la empresa de prensa.

Fundación Telefónica
Telefónica

c) Estudios sobre el mensaje periodístico (Madrid: Universidad complutense, núm. 11, 1994) presenta una serie de artículos de análisis del texto periodístico en español, con artículos sobre la teoría del perro guardián, la corrección lingüística, la investigación sobre géneros y el papel del teletexto como nueva forma de periodismo.

d) Letra internacional (Madrid: letra internacional, núm. 33, verano de 1994) orientada al mundo de la cultura, se publica simultáneamente en diversos países de europa occidental y del este, y en esta edición está dedicada a la convergencia de "cultura, estado, economía", a partir de las recientes negociaciones del gatt sobre la industria audiovisual entre la unión europea y los estados unidos, que reflejaron el enfrentamiento entre concepciones globales (imperiales) y particulares (nacionales) de la cultura, los intereses privado y público, y las culturas de masas y de elite.

e) Política exterior (Madrid: política exterior, vol. viii, núm. 41, octubre-noviembre de 1994) dedica gran parte de esta edición a "la batalla mundial de las telecomunicaciones", con artículos de autores norteamericanos y españoles que analizan los cambios que se están produciendo en este sector a nivel mundial, español y latinoamericano, tanto por lo que atañe a los grandes fabricantes electrónicos como a los servicios telefónicos, satélites y grandes inversiones transnacionales.

f) Portátil (Madrid: central de vídeo difusión sobre las televisiones locales, núm. 2, septiembre-octubre de 1994) defiende los intereses de las televisiones locales en España, que todavía no encuentran garantizada su legalidad ni su supervivencia. presenta un reportaje sobre el cierre de este tipo de emisoras comunitarias, así como sobre una proposición de ley para su regulación en cataluña, y diferentes artículos sobre emisoras específicas.

g) Revista de ciencias de la información (Madrid: Universidad Complutense, núm. 4, 1994) cuenta con una serie de artículos heterogéneos -mayormente de profesores de la facultad de ciencias de la información-, entre los que destacan: la aplicación de un modelo interactivo a la comunicación educativa, la televisión mexicana dentro de los procesos de globalización, las tensiones entre políticos y periodistas, y las diferencias entre el documental y la ficción audiovisual.

h) Revista general de información y documentación (Madrid: Universidad Complutense, vol. 4, núm. 1, 1994) presenta diferentes artículos académicos sobre biblioteconomía, documentación y teoría de la información, que se encuentran cada vez más interrelacionadas, sobre todo a través del desarrollo de las nuevas tecnologías telemáticas. destacan uno sobre la noción de "función" en la comunicación informativa y otro sobre el concepto de "documentación" en las ciencias humanas y sociales.

I) situación (Bilbao: servicio de estudios del banco Bilbao vizcaya, núm. 3, 1994) está enteramente dedicada a la industria cinematográfica española dentro del mercado internacional, con una introducción de la ministra de cultura, carmen alborch, y un amplio abanico de análisis a cargo de diversos autores sobre la política audiovisual, la producción, la distribución y la exhibición en salas o a través del vídeo y la televisión.

Fundación Telefónica
Telefónica

J) treballs de comunicació (Barcelona: societat catalana de comunicació, núm. 5, octubre de 1994) incluye diferentes artículos sobre ética y credibilidad de la comunicación, además de otros textos sobre la evolución de las subvenciones cinematográficas en cataluña, la redefinición de las políticas de comunicación en europa y la historia de la prensa en la comunidad valenciana.

Fundación Telefónica
Telefónica