Nuevos números de revistas sobre comunicación

POR **DANIEL E. JONES**

En los últimos meses se han publicado, en diferentes áreas del mundo, varias docenas de nuevos números de revistas especializadas en comunicación desde perspectivas profesionales y académicas diversas. Entre las más destacadas, y que se ocupan habitualmente del sector audiovisual, se han seleccionado aquí algunas que pueden tener mayor interés para el lector español y latinoamericano.

Entre las revistas editadas en lengua inglesa destacan las provenientes del Reino Unido y de Estados Unidos, aunque también de otros países como Canadá, Australia y Japón. Entre las de Europa latina, sobresalen las francesas, ya que tanto las italianas como las españolas son en esta ocasión bastante escasas. Finalmente, entre las latinoamericanas, son las brasileñas y las mexicanas las que presentan aportaciones más interesantes.

AMÉRICA DEL NORTE Y CUENCA DEL PACIFICO: MUNDOS DIGITALES

a) Canadian Journal of Communication (Montreal: Wilfrid Laurier University Press, vol. 18, nº 1, invierno de 1993) analiza diferentes asuntos de actualidad, entre ellos el acceso de las cámaras de televisión a los Tribunales de Justicia en Canadá, Estados Unidos y Australia, y las trabas que sufren los profesionales de la información en un tipo de actividad en la que entran en colisión diferentes clases de intereses y de derechos.
b) Communication Research (Newbury Park: Sage Periodicals Press, vol. 20, nº 2, abril de 1993) presenta diferentes aproximaciones teóricas sobre los efectos televisivos, tanto entre públicos adultos como entre niños preescolares; asimismo, se analiza la concurrencia entre los nuevos y los viejos medios de comunicación, desde el punto de vista de la riqueza comunicativa.
c) Journal of Broadcasting & Electronic Media (Bloomington, Indiana: Broadcast Education Association, vol. 37, nº 1, invierno de 1993) ofrece sendos análisis económico-políticos sobre la actual regulación de los sistemas de televisión por cable y las emisoras de radio en los Estados Unidos. También se incluyen artículos sobre efectos en audiencias televisivas, representación de roles de la mujer y de diferentes clases de trabajadores, sobre la influencia de los debates presidenciales en los votantes indecisos y sobre las preferencias televisivas de anglosajones, hispanos y negros.

Fundación Telefónica
Telefónica

d) Journal of Communication Inquiry (Iowa City: University of Iowa, vol. 17, nº 1, invierno de 1993) presenta artículos sobre el papel de los televangelistas en el sistema comunicativo norteamericano, sobre el género femenino en la gramática visual de la publicidad y sobre los criminales en la era de la reproducción audiovisual electrónica. También se incluyen textos sobre la teoría historiográfica de la comunicación alternativa, de Raymond Williams, y sobre la investigación en comunicación en Corea del Sur y en Italia.
e) Keio Communication Review (Tokio: Keio University, nº 14, marzo de 1992) presenta un resumen en lengua inglesa de las investigaciones que se realizan en esta universidad, con artículos sobre el gran desarrollo de la comunicación de masas en el Japón de la primera mitad del siglo XX en comparación con otros países de Occidente, la enseñanza e investigaciones sobre comunicación social en instituciones académicas y profesionales japonesas, el flujo internacional de programas televisivos japoneses y un análisis comparativo de la información internacional en la televisión de cinco países: Japón, Estados Unidos, Jamaica, Sri Lanca y Colombia.

f) Media Information Australia (North Ryde: Australian Film Television & Radio School, nº 67, febrero de 1993) se centra en los «mundos digitales», por lo que incluye diferentes textos que analizan la hegemonía japonesa en el control de los mercados mundiales de la electrónica de consumo, las comunicaciones de vídeo digital en Australia, el control de datos personales en las redes inteligentes y la protección de la privacidad ante el avance informático y telemático en la cuenca del Pacífico.

EUROPA: el papel de los canales culturales

a) Cable and Satellite Europe (Londres: 21st. Century Business Publications, mayo de 1993) dedica el tema central de este número a los países árabes: el rápido crecimiento de los diferentes mercados, la puesta en marcha de una segunda generación del sistema de telecomunicaciones Arabsat y el plan del canal por satélite MBC para lanzar un tipo de programación temática para la región. Entre los otros temas abordados, destacan artículos sobre el éxito publicitario del canal musical norteamericano MTV Asia o sobre la dependencia televisiva europea de los dibujos animados norteamericanos.

b) Communications & Strategies (Montpellier: IDATE, nº 9, primer trimestre de 1993) presenta artículos sobre las redes y servicios de valor añadido en Europa, que son a la vez realidades industriales identificables y una creación reglamentaria; sobre las relaciones entre la firma transnacional Alcatel y el Estado francés en el sector de las telecomunicaciones, y una encuesta internacional sobre la medición del impacto de las telecomunicaciones en las relaciones estratégicas entre las firmas y sus clientes y socios comerciales.
c) Dossiers de l'Audiovisuel (Bry-sur-Marne: Institut National del Audiovisuel, marzo-abril de 1993) se centra en los canales europeos y norteamericanos de carácter cultural: se analiza la expansión de los servicios públicos en Europa (FR 3, La 2, RAI 3), el contrapeso que supone el canal público PBS al oligopolio de la televisión comercial norteamericana, la diversificación en el seno del sector privado británico a través de Channel 4, la salvaguarda de la identidad nacional belga con la RTBF, el laboratorio de la cadena cultural europea La Sept y el proyecto franco-alemán Arte.

Fundación Telefónica
Telefónica

d) European Journal of Communication (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 8, nº 1, marzo de 1993) ofrece diferentes aproximaciones teóricas, entre las que destacan las siguientes: la serialidad como característica básica de la cultura de masas, el papel de los periodistas políticos ante el dilema de la credibilidad y la sospecha, las reacciones de la audiencia alemana ante programas televisivos de carácter político y los problemas de una lengua minoritaria como la gaélica en la televisión escocesa.

e) Historical Journal of Film, Radio and Television (Abingdon: Carfax Publishing Co., vol. 13, nº 1, 1993) se dedica al período de la guerra fría en los medios audiovisuales europeos: las fuentes cinematográficas británicas, las elecciones italianas de 1948 y la guerra propagandística, la quinta columna británica en 1951 y los noticiarios documentales, y los filmes de ficción en las dos Alemanias en los años cuarenta y cincuenta.

f) Inter Media (Londres: International Institute of Communications, vol. 21, nº 2, marzo-abril de 1993) incluye artículos sobre el papel de los medios de comunicación en las guerras contemporáneas; sobre los cambios que se producirán en la financiación de las redes de telecomunicaciones en el Tercer Mundo si los Estados Unidos deciden reducir su déficit exterior; sobre las mejores posibilidades del modelo norteamericano de TVAD en el mercado mundial, aunque Japón tenga en proyecto lanzar un satélite con esta tecnología para 1997.
g) Media, Culture & Society (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 15, nº 2, abril de 1993) se centra en los cambios estructurales y retos de futuro de la industria editorial -libros y revistas- en lengua inglesa, tanto británica, como india y australiana.

h) Médiaspouvoirs (París: Médiaspouvoirs SARL, nº 30, abril-junio de 1993) se ocupa de la post-televisión, en una época en la que la hegemonía de la televisión de masas -como medio de referencia publicitario, político, social y cultural-ha entrado en crisis debido a la aparición de nuevos canales, nuevas empresas, nuevos medios, nuevas tecnologías y, por consiguiente, la fragmentación de la audiencia ha restado fuerza a los diferentes tipos de mensajes.
i) Problemi dll'Informazione (Bolonia: Società Editrice Il Mulino, vol. 17, nº 4, diciembre de 1992) presenta un número monográfico sobre ética del periodismo. Diferentes analistas internacionales (de Francia, Estados Unidos, Alemania e Italia) se ocupan de esta cuestión de gran actualidad: desde el papel del ombudsman y de los juristas hasta el propio éxito de los periodistas y sus conflictos con políticos y otros actores sociales. Asimismo, otros estudios se ocupan del futuro del periodismo, de las inversiones publicitarias (que no se ajustan a las pautas reales de consumo) y de dos conceptos que han cambiado el periodismo contemporáneo: glasnot y perestroika.

j) Reseaux: Communication Technologie Société (París: GDR Communication CNET/CNRS, nº 58, marzo-abril de 1993) se ocupa de manera monográfica de la información científica y técnica: las ciencias de la información en la sociedad actual, el papel de la información técnica como servicio público, los inicios de este género periodístico durante el siglo XIX, una sociología de la comunicación científica y un análisis de las revistas de ciencias sociales y humanas desde esta misma perspectiva. Dentro de la sección de textos clásicos, se recupera un artículo clave de Fritz Machlup sobre economía del conocimiento, publicado en Estados Unidos hace tres décadas.

Fundación Telefónica
Telefónica

k) Telecommunications Policy (Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd., vol. 17, nº 2, marzo de 1993) presenta diferentes aproximaciones a los avances y retos de las telecomunicaciones mundiales: la posición dominante en el mercado norteamericano y el interés público en la regulación, los impactos económicos y sociales de las comunicaciones móviles en Alemania, el modelo alternativo de desarrollo en Corea del Sur y la experiencia de Jamaica en la privatización del sector.
l) Television (Londres: Royal Television Society, marzo de 1993) incluye diferentes artículos breves sobre la evolución y actividades más destacadas de la BBC británica: su papel como servicio público, los avances en TVAD, el servicio exterior de televisión o los programas infantiles.

AMÉRICA LATINA: Avances en la Televisión

a) Brazilian Communication Research Yearbook (Sao Paulo: Universidade de Sao Paulo, nº 2, 1993) incluye diferentes textos en inglés, francés y español sobre el estado de la investigación en el gran país latinoamericano: el derecho a la información y el peso de las grandes empresas, el proceso de integración de Mercosur y el papel de la comunicación social, los cambios tecnológicos y sociales de la televisión, y las exportaciones de programación audiovisual al resto del continente.
b) Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación (Caracas: Centro Gumilla, nº 81, primer trimestre de 1993), con un nuevo formato y diseño, se dedica al consumo cultural en las sociedades posindustriales y también en las subdesarrolladas; se ponen en cuestión conceptos clásicos como alta cultura y cultura popular, en unos tiempos definidos por la homogeneización y la globalización.
c) Corto Circuito (Lima: Unión Latina, nº 21, octubre de 1992) se dedica a analizar el estado actual de la televisión de alta definición en América y en Europa latinas, teniendo en cuenta que ésta es una tecnología que avanza velozmente, y que constituye una de las prioridades de las políticas audiovisuales, de las telecomunicaciones y de la electrónica de los países industrializados, aunque la toma de decisiones se produce en otros polos de poder económico y tecnológico no precisamente latinos.
d) Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación (Quito: CIESPAL, nº 45, abril de 1993) incluye una serie de artículos de casi todos los países del continente, agrupados básicamente en tres temas fundamentales: los cambios producidos en las radios comunitarias, populares y libres; el acceso al correo electrónico y a las redes de información telemática, y el papel de los medios de comunicación en la denuncia e investigación de la corrupción política.
e) Estudios sobre las Culturas Contemporáneas (Colima: Universidad de Colima, vol. 5, nº 13-14, 1992) presenta un estudio sobre las transformaciones comunicativas en las urbes latinoamericanas, otro sobre el papel de los medios de comunicación en la educación para la democracia, un análisis comparativo de la transición política y de las transformaciones comunicativas en Brasil y en España, una reflexión metodológica sobre las telenovelas, así como diferentes aproximaciones a la cultura popular mexicana.
f) Interacción (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, nº 21-22, abril de 1993) está dedicado monográficamente al libre mercado en el sector de las comunicaciones latinoamericanas: el papel de las políticas nacionales de comunicación, la educación no reglada a través de los medios, los avances en las tecnologías de telecomunicaciones, el derecho a la información en la era informática y el papel del vídeo educativo y cultural en la comunicación popular.

Fundación Telefónica
Telefónica

g) INTERCOM: Revista Brasileira de Comunicaçao (Sao Paulo: INTERCOM, vol. 15, nº 2, julio-diciembre de 1992) presenta diferentes artículos que tienen como denominador común la televisión brasileña: los medios electrónicos al servicio de la fe religiosa, la calidad del periodismo audiovisual y la modernización inacabada del proyecto televisivo nacional. Asimismo, se incluyen trabajos sobre la música brasileña en España, sobre las aportaciones teóricas de Jesús Martín Barbero o sobre la eficacia de la enseñanza del periodismo.
h) La Media (La Plata, Argentina: EGG'S Producciones Publicitarias, nº 2, diciembre de 1992) presenta diferentes artículos breves sobre el medio televisivo: la utilidad de los programas de televisión, la vitalidad de los estudios sobre telenovelas brasileñas, el papel cultural del canal público ATC, de Buenos Aires, o el zapping como forma de evasión.

i) Revista Mexicana de Comunicación (México: Fundación Manuel Buendía, nº 29, mayo-junio de 1993) se dedica a conmemorar el noveno aniversario del asesinato del periodista Manuel Buendía, quien ha inspirado la fundación que edita la publicación. Además, se incluyen artículos sobre la subasta de medios estatales mexicanos, la expansión de Televisa en el mercado colombiano, la dependencia exterior de las telecomunicaciones por satélite mexicanas y la prensa de izquierdas en Estados Unidos.
j) Syntagma (Panamá: Centro de Investigaciones de la Comunicación Social, nº 32, septiembre-octubre de 1992) presenta algunos textos breves que permiten conocer las actividades desarrolladas por el Gobierno de Panamá en el campo de la comunicación social: capacitación profesional en el medio radiofónico o en las telecomunicaciones, información en las oficinas públicas y comunicación social y desarrollo agropecuario.

ESPAÑA: Concentración de la Comunicación

a) Capçalera (Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, nº 43, junio de 1993) dedica su tema de portada al fenómeno de la concentración y transnacionalización de medios en Europa, a partir del informe elaborado por The European Institute for the Media (de Düsseldorf), que ha contado con la colaboración de cuatro Gobiernos, entre ellos la Generalitat de Catalunya, y ha sido coordinado por el profesor español Alfonso Sánchez Tabernero.

b) Estudios de Periodismo (La Laguna, Tenerife: Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna, nº 2, 1993) presenta estudios que abordan diferentes temas: la complejidad terminológica de la teoría de la comunicación, la televisión pública en Canarias a la luz del Estado de las autonomías, la comunicación social desde el punto de vista del receptor, la fluidez en el estilo periodístico o el patrocinio publicitario de los medios de comunicación en Canarias.

c) Voces y Culturas: Revista de Comunicación (Barcelona: Voces y Culturas, nº 5, primer semestre de 1993) destaca en su sección de «Ensayo» una aproximación al pensamiento social de Noam Chomsky, a través de un análisis pormenorizado de su modelo de propaganda política. Asimismo, se presentan otros artículos sobre la evolución de los modelos de prensa de masas, sobre experiencias de vídeo-historia en México, sobre las telenovelas de Globo desde un punto de vista semiótico, sobre la construcción mediática de los conflictos sociales en Francia y sobre la economía política de la comunicación en Europa.

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica
Telefónica