Novedades entre las revistas internacionales de Comunicación

POR **DANIEL E. JONES**

La producción hemerográfica sobre comunicación social no cesa de crecer en todo el mundo. En particular, entre los países de habla inglesa y, especialmente, la dedicada a los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías de la información.

Tanto organismos especializados en investigació-tecnológica, sociológica, política o económica-, como instituciones privadas -algunas con un marcado carácter comercial- presentan periódicamente novedades en revistas con un interés específico para profesionales, docentes e investigadores de estos fenómenos contemporáneos.

En esta ocasión, se presenta aquí un abanico de revistas de diferentes áreas del mundo, entre las que destacan las aportaciones de Estados Unidos y Canadá, las europeas -del Norte y mediterráneas-, las latinoamericanas y las españolas.

AMÉRICA DEL NORTE Y CUENCA DEL PACÍFICO: ENTRE GLOBALIDAD E IDENTIDAD CULTURAL

a) Asian Journal of Communication (Singapur: Asian Mass Communication Research and Information Centre, vol. 3, núm. 1, 1993) presenta una variedad de temas referidos a los principales países del sudeste asiático: una comparación de los estilos comunicativos de los estudiantes norteamericanos y japoneses, la cobertura de noticias de sucesos en Hong Kong y en Taiwan, la regulación de las telecomunicaciones en Sri Lanka, la informatización de la sociedad en India y las tendencias de las políticas de comunicación globales en Asia.

b) Canadian Journal of Communication (Montreal: Wilfrid Laurier University Press, vol. 18, núm. 2, primavera de 1993) presenta un conjunto de análisis sobre la actualidad comunicativa en Canadá: los medios durante la crisis política que supuso la reforma de la Constitución, el papel de la televisión en las elecciones legislativas de 1988, la publicidad institucional en el caso del reciente referéndum sobre la independencia de Quebec, la terminología utilizada en los discursos públicos desde un punto de vista etnocultural y la participación nacional en las

Fundación Telefónica
Telefónica

coproducciones con emisoras televisivas extranjeras.

c) Commmunication Yearbook (Newbury Park California: International Communication Association. vol. 16, 1993), uno de los anuarios mas prestigiosos del mundo en la especialidad, divide esta edición en tres secciones, a su vez compuestas por once artículos principales y veinte comentarios sobre éstos, la mayoría de autores de Estados Unidos y de la Europa del Norte. Las tres secciones están dedicadas a los siguientes temas: nuevas visiones de la comunicación organizacional (en las empresas); comunicación y nuevas tecnologías en un mundo multicultural, y debate teórico sobre la comunicación interpersonal y grupal.

d) International Communication Bulletin (Tuscaloosa, Estados Unidos: AEJMC. vol. 28, núm. 1-2, primavera de 1993) presenta artículos diversos sobre comunicación internacional, entre ellos una visión panorámica de la investigación sobre publicidad en la última década, un análisis sobre el contenido, la procedencia y el tratamiento informativo de las noticias internacionales de los telediarios de las grandes cadenas norteamericanas -ABC, NBC y CBS- y una breve historia de la televisión en Belize.

e) International Journal of Public Opinion Research (Newark, New Jersey: World Association for Public Opinion Research, vol. 5, núm. 2, verano de 1993) analiza los conflictos latentes entre Estados Unidos y Japon, y otro de carácter prospectivo sobre Africa del Sur; además, presenta un panorama del estado de la investigación sobre opinión pública a nivel internacional: réplicas a estudios críticos sobre los efectos y sobre las encuestas.

f) Journal of Broadcasting & Electronic Media (Washington DC: Broadcast Education Association, vol. 37, núm. 2, primavera de 1993) incluye una serie de artículos teóricos sobre comunicación audiovisual, entre los que destaca uno sobre el discurso de la televisión global y la política imperial norteamericana, sobre los efectos de la mediación paterna activa en los contenidos televisivos, sobre la radio dirigida a los adolescentes y sobre la información televisiva durante la Guerra del Golfo.

g) Journal of Communication (College Park, Estados Unidos: International Communication Association, vol. 43, núm. 2, primavera de 1993) incluye dos partes distintas. La primera está dedicada a la comunicación y la identidad cultural (con textos sobre Europa, Estados Unidos, Canadá y América Latina), y la segunda a una reinterpretación de la teoría de la agenda setting (evolución de la investigación en el último cuarto de siglo y diierentes aproximaciones teóricas y metodológicas).

h) Media Information Australia (North Ryde: Australian Film Television & Radio School, núm. 68, mayo de 1993) dedica este número a los avances tecnológicos, económicos y culturales en el terreno de la edición de libros en Australia. Además, presenta artículos sobre el desarrollo de la televisión y las políticas de comunicación en Papúa Nueva Guinea, país que se encuentra en una fase de desarrollo muy diferente a la occidental.

i) Public Opinion Quarterly (Ann Arbor, Estados Unidos: American Association for Public Opinion Research, vol. 57, núm. 1, primavera de 1993) incluye una serie de artículos de su especialidad: sobre la influencia del sexo del entrevistador en las actitudes del entrevistado en

Fundación Telefónica
Telefónica

las encuestas de opinión, sobre las bases sociales del feminismo en la Comunidad Europea, sobre la opinión publica norteamericana ante la Guerra del Golfo, y sobre las diferentes actitudes sociales frente al fenómeno del sida.

EUROPA: DESARROLLO DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES ELECTRÓNICOS

a) Cable and Satellite Europe (Londres: 21st. Century Business Publications, julio de 1993) dedica el tema de portada de este número a los medios audiovisuales electrónicos en Escandinavia: los conflictos mercantiles de la televisión de pago, el papel de Philips en el negocio de la electrónica de consumo y las telecomunicaciones en unos países muy desarrollados pero poco poblados, como Noruega.

b) Communication et Langages (París: Editions Retz, núm. 95, primer trimestre de 1993) se ocupa, entre otros temas, de la deontología profesional (periodismo y respeto del hombre, y libertad de prensa en el mundo según los Reporteros sin Fronteras), la televisión (coproducción internacional de programas y desarrollo imparable del cable), las nuevas tecnologías (interactividad de texto, sonido e imagen en los hipertextos) y los videojuegos como lenguaje y nueva forma de culturlzación entre los niños y los jóvenes.

c) Communication Research Trends (Londres: Centre for the Study of Communication and Culture, vol. 13, núm. 2, 1993) dedica este número a la educación a través de los medios; por tanto, presenta un estado del arte alrededor del mundo, con amplia información y documentación bibliográfica: breve panorama mundial, los casos británico y norteamericano y las perspectivas de futuro.

d) Communications & Strategies (Montpellier: IDATE, núm. 10, segundo trimestre de 1993) ofrece varios artículos teóricos sobre nuevas tecnologías de la información: principios y métodos para un análisls económico de los servicios en redes, eficacia del sistema alemán de telecomunicaciones a escala internacional, mercados de los servicios móviles de telecomunicación por satélite, y consolidación, racionalilación y estrategias empresariales de la Industria informática europea.

e) Dossiers de l'Audiovisuel (Bry-sur-Marne: Institut National del Audiovisuel, núm. 49, mayo-junio de 1993) está dedicado en esta ocasión al teatro en televisión, es decir, desde la adaptación literaria hasta la recreación audiovisual, pasando por el espectáculo en directo, el papel de la grabación en vídeo y el abandono de las salas tradicionales.

f) European Journal of Communication (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 8, núm. 2, junio de 1993) presenta textos diversos sobre los medios audiovisuales: la televisión cultural en Europa occidental y en los Estados Unidos, el cambio de estrategia desde una política de medios hacia otra que englobe todo el sistema comunicativo de los países europeos, el género de ficción en los telediarios italianos y la política cinematográfica británica en la última década.

g) Inter Media (Londres: International Institute of Communications, vol. 21, núm. 3, junio-julio de 1993) dedica su tema central a la comunicación audiovisual electrónica en la era post soviética, y en concreto se ocupa de las transformaciones en los mercados televisivos de Rusia, Hungría,

Fundación Telefónica

Bulgaria y la ex Yugoslavia. Además, presenta artículos breves sobre la comunicación en el mundo, como las emisiones de radio norteamericanas destinadas a Asia o las diferencias y semejanzas entre las telecomunicaciones de Australia y Nueva Zelanda.

h) Media, Culture & Society (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 15, num. 3, julio de 1993) está dedicada monográficamente a las relaciones públicas y las estrategias de los medios: los escándalos como negoclo periodístico, las encuestas de opinión como estrategia informativa de la prensa en el Reino Unido, las fuentes oficiales en el caso de Irlanda del Norte, la propaganda política y las creencias populares en las elecciones generales bntánicas de 1992, la publicidad sobre las centrales nucleares, y la construcción social de la realidad política a partir de las encuestas de opinión.

i) Media Development (Londres: World Association for Christian Communication. num. 2, 1993) se ocupa del derecho del hombre al acceso al conocimiento, y trata aspectos como los sigulentes: la liberalización de las telecomunicaciones como consecuencia de la hegemonía de los Estados Unidos en el GATT, nacionalismo y capitalismo en las políticas de telecomunicaciones de México y Canadá ante el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, los problemas de derechos de propiedad intelectual entre el Norte y el Sur, y las estrategias comunicativas y librecambistas de los países miembros del Mercosur.

j) MIND: Media Industry (Milán: Instituto di Economia dei Media, num. 16, julio de 1993) es un suplemento mensual de la revista Mondo Económico y presenta diferentes análisis de la comunicación europea desde una perspectiva económica. En esta ocasión, sobre las estrategias posibles de la Comunidad Europea ante la televisión de alta definición, es decir, frente a la pujanza japonesa, continuar en solitario o bien aliarse con Estados Unidos. Otros artículos de interés son sobre las tensiones en el mercado publicitario ante la recesión economica internacional y sobre las subvenciones al cine francés, que generan inflación de costes y tienen poco en cuenta los gustos mayoritarios del público.

k) Réseaux: Communication, Technologie, Société (París: GDR Communication CNET/CNRS, núm. 59, mayo-junio de 1993) está dedicada a la relación entre comunicación y derecho: el Estado, los consumidores y el monopolio natural; la legislación y la ruptura del monopolio del audiovisual en Francia en las últimas dos décadas; las políticas de cambio de reglamentación del audiovisual europeo, y la revalorización del derecho para analizar el papel de la comunicación moderna.

l) Revue Mscope Média (Versailles: Centre Régional de Documenta-tion Pédagogique de Versailles. núm. 4, abril de 1993) está centrada en el papel didáctico de los medios de comunicación; por ello, en este número presenta tres temas principales: el cartel político (diseño, efectos, interacciones), la imagen de la imnigración en los medios (diferencias, racismo, exclusiones, representación pública) y la radio en la escuela (radios escolares, radios asociativas, radios comerciales).

m) Revista de Comunicaçao e Lenguagens (Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, num 17-18, enero de 1993) está dedicada de manera monográfica a la comunicación no verbal, desde la perspectiva de la teoría de la comunicación, la semiótica, la lingüistica, la estética y la

Fundación Telefónica

sociología. Una treintena de artículos son clasificados en diferentes apartados: arte, política, ciudad, empresa y pedagogía.

n) Telecommunications Policy (Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd., vol. 17, núm. 4, mayo-junio de 1993) presenta artículos sobre la provisión de redes abiertas en la Comunidad Europea, sobre políticas de desarrollo económico urbano medlante las redes telemáticas, sobre la utilización del teléfono en Alemania y sobre la competencia en los mercados telefónicos de larga distancia en Canadá.

ñ) Television Business International (Londres: Act III Publishing, mayo de 1993) dedica su tema de portada a lo que llama «revolución mexicana», es decir, la reciente venta de dos cadenas públicas de televisión, lo que supone por primera vez una seria competencia comercial para el gigante Televisa. Asimismo, se ocupa de la televisión vía satélite en Asia, pero no sólo del éxito de Star TV -de Rupert Murdoch y con sede en Hong Kong-, sino de los nuevos sistemas que se anuncian y del interés de grandes companías televisivas internacionales por la región.

o) The NORDICOM Review of Mass Communication Research (Goteborg. NORDICOM, University of Goteborg, núm. 1, 1993) presenta una selección en lengua inglesa de investigaciones realizadas con anterioridad en los países escandinavos. En este número, entre otras, una aproximación a las propuestas de la semióloga Julia Kristeva sobre la abyección y el horror en el cine, una entrevista con William H. Melody sobre la obra de Harold Innis acerca de la cultura y la comunicación desde la teoría de la dependencia, y un análisis de la estrategia publicitaria global de una gran corporación transnacional: la British Petroleum.

AMÉRICA LATINA: LA IMPORTANCIA DE LA RADIODIFUSIÓN

a) Anuário Brasileiro da Pesquisa em Jornalismo (Sao Paulo: Universidade de Sao Paulo, núm. 2, 1993) supone un compendio de la investigación más significativa realizada en Brasil en los últimos meses en el campo de la teoría y la actividad profesional del periodismo. De esta manera, aparecen aportaciones sobre el discurso periodístico, sobre la trayectoria de periodistas o de diarios históricos sobre las nuevas tecnologías aplicadas a la información televisiva o sobre la información internacional en la prensa brasileña.

b) Anuario ININCO: Temas de Comunicación y Cultura (Caracas: ININCO de la Universidad Central de Venezuela, núm. 4, 1992) presenta una serie de artículos, que van desde la expansión del cinematógrafo por los diversos países latinoamericanos a finales del siglo XIX, la estructura actual de la radiodifusión latinoamericana, los servicios públicos de radio y televisión como garantía del pluralismo en el continente, el centenario de Antonio Gramsci y su papel de «profeta de la comunicación política» y la pérdida del proyecto cultural de la televisión mexicana.

c) Comunicaçao & Política na América Latina (Río de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudios Latino-Americanos, año XI, núm. 11, 1992) presenta, entre otros, artículos sobre la sexualidad y los medios de comunicación, los géneros televisivos y los usos familiares, la transición política en América Latina a través de los medios de comunicación, y el papel de la televisión en la vida política y en el imaginario colectivo de los pueblos.

Fundación Telefónica
Telefónica

d) Comunicación UPB (Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, num. 15, 1992) ofrece una selección de la investigación efectuada en esta casa de estudios durante el año anterior, de la que destacan los siguientes estudios: los medios de comunicación como espacio público, la argumentación lógica en el periodismo de opinión, la postmodernidad en el consumo y en la publicidad, la comunicación como ayuda al desarrollo, las perspectivas de la televisión regional y la radio como empresa comercial.

e) Comunicación y Sociedad (Guadalajara: CEIC de la Universidad de Guadalajara, núm. 13, 1992) presenta un abanico de textos sobre diferentes aspectos de la comunicación latinoamericana: el distanciamiento de Brasil del modelo de enseñanza del periodismo de CESPAL, la institucionalización de la comunicación como ciencia social en México, la globalización y la apertura de fronteras culturales, las nuevas perspectivas en el análisis del mensaje televisivo, las mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva de los niños, y las características de la telenovela argentina, entre el melodrama y el costumbrismo.

f) Diálogos de la Comunicación (Lima: FELAFACS, núm. 35, marzo de 1993) dedica este número a analizar el papel actual de la radiodifusión en América Latina desde perspectivas diversas: las transformaciones económicas, políticas, culturales y comunicativas; la lucha por la independencia de la radio obrera y campesina en Bolivia; la recepción y el consumo, y las emisoras indígenas mexicanas.

g) Reflexiones Académicas (Santiago de Chile: Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales, num. 4. 1992) presenta una serie de artículos teóricos breves sobre los fenómenos comunicativos contemporáneos: la formación del penodista, la comunicación institucional, el derecho de la información, la propaganda política después del fin de la guerra fría, el papel del periodista en el futuro y la ética del marketing y la publicidad.

h) Revista Mexicana de Comunicación (México: Fundación Manuel Buendía, núm. 30, julio-agosto de 1993) está dedicada al análisis del tratamiento que recibe la política mexicana en la prensa internacional, sobre todo la de los principales países europeos y la de Estados Unidos, que ha tenido un crecimiento muy significativo en los últimos años, debido a la creación del mercado común norteamericano. Además, aparecen artículos sobre la expansión continental de Televisa, sobre la televisión europea de los noventa y sobre la interactividad como nueva forma de comunicación mediática.

ESPAÑA: AUGE DE LA DOCUMENTACIÓN AUDIOVISUAL

a) Area 5: Revista de Comunicación Audiovisual y Publicidad (Departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad de Madrid, Barcelona, Bilbao y Sevilla, núm. 2. enero-abril de 1993) se centra en un balance de la investigación española y francesa en comunicación audiovisual, economía de la comunicación y teoría de la imagen, los estudios de audiencia y el futuro tecnológico de la televisión, el papel de los guionistas como mercenarios de la escritura, y la credibilidad social e informativa en el medio radiofónico.

b) Capçalera (Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, num. 14, julio-agosto de 1993) presenta tres temas destacados: la gestación y constitución del Sindicato de Periodistes de

Fundación Telefónica
Telefónica

Cataluña, la experiencia del primer año de actividades de los estudios de periodismo en la Universitat Pompeu Fabra y los archivos fotográficos de los diarios de Barcelona.

c) Cuadernos de Documentación Multimedia (Madrid: Universidad Complutense, núm. 2, junio de 1993) aporta una serie de artículos sobre diferentes aspectos de la documentación en relación con la actividad mediática: los sistemas de información y documentación en las organizaciones, la impresión con rayo láser como nuevo avance tecnológico de la reprografía, el inventario de fondos, el análisis documental de la fotografía, el estado de los centros documentales de los medios de comunicación madrileños y los nuevos métodos de rastreo sobre textos completos en la documentación automatizada aplicados a la investigación periodística.

Fundación Telefónica
Telefónica