Nuevas ediciones de revistas especializadas en comunicación

POR **DANIEL E. JONES**

El colectivo de revistas internacionales especializadas en el estudio de la comunicación social -desde distintas perspectivas teóricas y metodológicas, procedencias geográficas y áreas temáticas- adquiere cada vez mayor relevancia. Esto es debido, sobre todo, al propio desarrollo tecnológico y económico de los sistemas comunicativos, así como a la trascendencia social y política de estos fenómenos y al interés creciente de académicos y profesionales.
Por tanto, se presenta aquí una selección de revistas de diferentes áreas del mundo, entre las que destacan las aportaciones de Estados Unidos y Canadá, las europeas -tanto nórdicas como mediterráneas-, las latinoamericanas y las españolas, teniendo en cuenta la proximidad geográfica, cultural o lingüística de los lectores de Telos.

AMÉRICA DEL NORTE Y CUENCA DEL PACÍFICO: SOCIEDADES CAMBIANTES

a) Canadian Journal of Communication (Montreal: Wilfrid Laurier University Press, vol. 18, núm. 3, verano de 1993) dedica esta edición a la «comunicación nativa» desde un punto de vista etnográfico, es decir a las formas propias de comunicación social de los aborígenes y al papel desempeñado por éstos dentro del sistema comunicativo de masas canadiense.
b) Communication Information (Quebec: Université Laval, vol. 14, núm. 1, 1993) presenta en esta edición un análisis de la comunicación social en una sociedad en crisis -en particular, la canadiense-, con artículos sobre los medios y la construcción de la «crisis de la representación» en Francia, los medios como actores principales de las crisis sociales, el tratamiento mediático de los «desastres lentos» y los rumores sobre el sida a través del análisis de diferentes discursos.
c) Communication Quarterly (Morgantown, West Virginia: Eastern Communication Association, vol. 41, núm. 3, verano de 1993) está especializada en comunicación interpersonal y, entre otros temas, ofrece propuestas sobre el lenguaje del cuerpo y las metáforas sexuales, las posibilidades de la receptividad verbal en las investigaciones sobre comunicación educativa y el papel de los vídeos musicales como formas persuasivas.
d) Communication Research (Newbury Park, California: Sage Periodicals Press, vol. 20, núm. 3, junio de 1993) presenta distintas aportaciones teóricas desde una perspectiva preferentemente funcionalista: relaciones entre actitudes, intenciones y comportamiento comunicativo; efectos sobre la opinión pública de la cobertura informativa de la Guerra del Golfo; redes de telecomunicaciones y modernización; efectos de la agenda-setting en la

Fundación Telefónica
Telefónica

cobertura de información televisiva, o procesos y efectos de la «construcción social de la realidad» a cargo de los medios.
e) Critical Studies in Mass Communication (Annandale: Speech Communication Association, vol. 10, núm. 3, septiembre de 1993) presenta diversos temas, entre los que destacan la comunicación de carácter «revolucionario» en Cuba, el papel de los periodistas como colectivo profesional, la realidad virtual y el sentido del espacio y de la oralidad, y las situaciones de conflicto en los Juegos Olímpicos de Barcelona.
f) Journalism Quarterly (Chapel Hill, North Carolina: Association of Education in Journalism and Mass Communication, vol. 70, núm. 2, segundo trimestre de 1993) presenta diversos apartados con artículos centrados en la toma de decisiones periodísticas en la sociedad norteamericana (conflictos raciales, sexuales, ideológicos); la relación entre noticias y política (cobertura de diferentes campañas electorales); actividades profesionales (deontología, acceso a las fuentes), y la publicidad (programas de telecompra, papel de la mujer).
g) Journal of Broadcasting & Electronic Media (Washington DC: Broadcast Education Association, vol. 37, núm. 3, verano de 1993) presenta una serie de análisis de casos empíricos desde una perspectiva funcionalista: percepciones sobre diferentes candidatos presidenciales durante una campaña electoral, aproximación de los preescolares al vídeo doméstico, el papel de la mujer en las fantasías sexuales de los hombres a partir de una grabación pornográfica, o la comunicación familiar durante las horas de máxima audiencia televisiva.
h) Journal of Communication (College Park, Maryland: International Communication Association, vol. 43, núm. 3, verano de 1993) presenta un número monográfico sobre el futuro de la investigación en comunicación, «entre la fragmentación y la cohesión»: el estatus de la disciplina, las diferentes corrientes teóricas, las dificultades de un vocabulario no unívoco, los paradigmas de la política científica, la centralidad de la economía y de la política, y las consecuencias del desarrollo tecnológico.
i) Journal of Communication Inquiry (Iowa City: University of Iowa, vol. 17, núm. 2, verano de 1993) está dedicado monográficamente a la comunicación social en Africa desde un punto de vista histórico y de la identidad cultural: el discurso intelectual y la concepción de la africanidad; el papel de la guerra, el hambre, la pobreza y el racismo en la construcción de la imagen continental, el análisis cultural de la libertad de prensa y las radios clandestinas en los movimientos revolucionarios.
j) Media Information Australia (North Ryde: Australian Film Television & Radio School, núm. 69, agosto de 1993) dedica esta edición al arte y a la cultura cibernética en este lejano país-continente, con artículos sobre la interactividad como «interpasividad», el ordenador como «marioneta controlada», la infografía como experiencia de intercambio cultural, y el ritmo y la estructura de la comunicación multicultural.
k) Public Opinion Quarterly (Ann Arbor, Michigan: American Association for Public Opinion Research, vol. 57, núm. 2, verano de 1993) contiene una decena de artículos centrados en las características y efectos de los medios y de las encuestas sobre la opinión pública norteamericana o internacional, con diferentes análisis de casos particulares, entre los que destacan uno sobre los efectos de la prensa en las preferencias políticas; otro sobre la utilización de publicidad pagada para modificar las creencias y estereotipos raciales, y otro sobre el fracaso de las encuestas en las elecciones británicas de 1992.

EUROPA: PAPEL DEL RECEPTOR AUDIOVISUAL

Fundación Telefónica
Telefónica

a) Cable and Satellite Europe (Londres: 21st. Century Business Publications, núm. 119, noviembre de 1993) presenta la segunda parte de un informe sobre el mercado audiovisual en lengua alemana -con artículos sobre la televisión por cable en Suiza y en Austria- y artículos diversos sobre la nueva situación mediática en Lituania y sobre la competencia entre la francesa RTL TV y la monegasca TMC por el control de esta última empresa.
b) CinémAction (Courbevoie, Francia: CinémAction, núm. 69, cuarto trimestre de 1993) presenta un trabajo monográfico -dirigido por Guy Hennebelle y Agnès Guy- sobre las revistas especializadas en cine editadas en todo el mundo; es probablemente la mejor recopilación realizada hasta ahora, con colaboradores de todos los rincones del orbe, aunque un tanto desigual, según los países y las regiones analizados.
c) Communication & Strategies (Montpellier: IDATE, núm. 11, tercer trimestre de 1993) presenta artículos de carácter tecnológico sobre las grandes alianzas internacionales en torno a la televisión de alta definición, sobre el derecho de acceso a la información en la actual era telemática, sobre las normas «voluntarias» de reglamentación en las telecomunicaciones europeas y sobre el futuro del videotex en Italia.
d) Comunicazione Sociali (Milán: Università Cattolica, vol. XV, núm. 1, enero-marzo de 1993) se dedica a las constantes y a las tendencias actuales de la comicidad en el mundo del espectáculo, con textos -sobre todo centrados en la realidad italiana- que se ocupan del teatro, el cine, la televisión y la publicidad.
e) Dossiers de l'Audiovisuel (Bry-sur-Marne: Institut National del Audiovisuel, Nº 51, septiembre-octubre de 1993) está dedicada monográficamente a la investigación actual sobre la recepción televisiva: las diferentes corrientes, la teoría del público activo, la televisión espectáculo y la televisión ideológica, la perspectiva del telespectador, el público receptor y participante, y la medición de las audiencias.
f) European Journal of Communication (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 8, núm. 3, septiembre de 1993) ofrece un artículo del profesor vasco Carmelo Garitaonandía sobre las posibilidades y realizaciones de la televisión regional en Europa, un fenómeno cada vez más consolidado; asimismo, se tratan otros temas, como las políticas transnacionales y las prácticas mercantiles de la industria fonográfica europea, y un análisis de los filmes educativos en Alemania como medio de construcción de la tolerancia interétnica.
g) Inter Media (Londres: International Institute of Communications, vol. 21, núm. 4-5, agosto-septiembre de 1993) dedica su tema de portada a las comunicaciones audiovisuales electrónicas en México y, por extensión, en América Latina -Televisa y Globo-, además de otros temas sobre el derecho a la privacidad, el papel de los medios en la política del presidente Clinton, la televisión religiosa y el sistema mediático en Africa.
h) Lettre d'Information d'Eureka Audiovisuel (Bruselas: Eureka Audiovisual, núm. 9, octubre de 1993) dedica este número al sector audiovisual en Bélgica -«un laboratorio europeo»-, en un recorrido que cubre los diferentes países del continente. En concreto, presenta una panorámica de la televisión, el cine y el vídeo en este país-encrucijada -el papel de la televisión sin fronteras, las características de un cine bicultural, las dificultades de la producción, las posibilidades de la TVAD-, y de las acciones específicas del Programa MEDIA de la Comunidad Europea.
i) Media, Culture & Society (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 15, núm. 4, octubre de 1993) está dedicada a las recientes aportaciones teóricas sobre comunicación social, con textos acerca de la «construcción de la modernidad», la «esfera pública» en la teoría de Jurgen Habermas, la televisión y la «seguridad ontológica» y el papel del feminismo en la construcción de un espacio público democrático.

Fundación Telefónica
Telefónica

k) Problemi dell'Informazione (Bolonia: Società Editrice Il Mulino, vol. 18, núm. 2, junio de 1993) presenta dos temas principales, con diversos artículos cada uno. El primero se refiere al futuro de la radio y analiza la actual crisis de identidad del medio, los tipos de público y los diferentes formatos de la radio italiana y las tendencias de la radio en Estados Unidos. A su vez, el segundo se ocupa de los cambios experimentados por la prensa diaria italiana -Corriere della Sera y L'Unità- ante el reto de la televisión, del proceso de selección de las noticias y de la relación entre ficción y realidad en el relato periodístico.

AMÉRICA LATINA: DESARROLLO TECNOLÓGICO

a) Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación (Quito: CIESPAL, núm. 46, julio de 1993) presenta unos cuarenta artículos de diferentes investigadores de América Latina, España y Estados Unidos, agrupados en torno a varios temas: el desarrollo del vídeo, el papel de las telenovelas, las dificultades del periodismo ecológico y científico, la comunicación alternativa y popular ante los nuevos retos ideológicos y tecnológicos, y las redes telemáticas empresariales y bancarias.
b) Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación (Caracas: Centro Gumilla, núm. 83, tercer trimestre de 1993) se centra en esta edición en «el ritual electoral», con motivo de las recientes elecciones presidenciales. Por tanto, se ocupa de los factores del creciente gasto en las campañas, del sistema de mercadotecnia electoral, de los estudios de opinión y del papel creciente de la televisión en la política nacional.
c) Comunicaçao & Política na América Latina (Río de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos, núm. 18-19, 1993) dedica esta edición a la industria cinematográfica iberoamericana, con textos de Román Gubern sobre el melodrama y la comedia durante el franquismo, y de otros autores sobre diferentes aspectos del cine mexicano, brasileño, argentino, además de análisis sobre la producción y los mercados internos y exteriores.
d) Comunicaçoes e Artes (Sao Paulo: Universidade de Sao Paulo, núm. 27, mayo de 1993) incluye gran cantidad de artículos breves -resúmenes de investigaciones de diferentes profesores de la Escola de Comunicaçoes e Artes- sobre aspectos variados de la comunicación social brasileña, entre los que destacan el papel del artista como educador y el del profesor de publicidad como profesional y académico, y el peso de la propaganda en la televisión nacional y regional.
e) Diálogos de la Comunicación (Lima: FELAFACS, núm. 36, agosto de 1993) presenta varios ensayos en torno al desarrollo tecnológico de los medios audiovisuales en América Latina: el lugar de este continente en la nueva sociedad informatizada, la transnacionalización y mercantilización de las telecomunicaciones, la convergencia entre telecomunicaciones y televisión, y los retos de la televisión de alta definición. Asimismo, estudia el perfil profesional de los periodistas venezolanos y el desarrollo de la enseñanza de la comunicación.
f) Revista Mexicana de Comunicación (México: Fundación Manuel Buendía, núm. 31, septiembre-octubre de 1993), con motivo de su quinto aniversario,dedica una parte importante de esta edición a analizar la trayectoria y actividades de las revistas mexicanas especializadas en comunicación social. Además, se ocupa de cuestiones como la radio y la televisión regional en México, el periodismo cultural en América Latina y los satélites televisivos europeos.
g) Syntagma (Panamá: Centro de Investigación de la Comunicación Visual, núm. 34, enero-febrero de 1993) presenta diferentes aspectos de la comunicación social en su país: la profesión periodística, la investigación sobre comunicación y la actividad publicitaria.

Fundación Telefónica
Telefónica

h) Temas de Comunicación (Montevideo: Universidad de la República, núm. 2, septiembre de 1993) ofrece diversos artículos sobre el régimen jurídico de las actividades periodística y publicitaria, sobre las pintadas en los muros callejeros de Montevideo, sobre el periodismo científico y, además, un análisis semiótico de los mensajes emitidos durante el golpe de Estado de 1973 en Uruguay.

ESPAÑA: AUGE DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

a) Alfoz (Madrid: Centro de Investigación y Documentación Urbana y Rural, núm. 98-99, 1993) dedica este número doble a «Cultura y metrópoli, panorama desde Madrid», con aportaciones diversas sobre polí- ticas culturales y comunicativas en la capital de España, que son de interés para el conjunto del país, pues se ocupan tanto de las industrias (editorial, fonográfica, audiovisual), como de los espectáculos en vivo (teatro, toros) y de la cultura clásica (patrimonio, museos, bellas artes, ópera).
b) Annals del Periodisme Català (Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, núm. 22, enero-junio de 1993) dedica este número a la ética de la profesión periodística en la sociedad actual, con artículos diversos que se ocupan de la libertad de expresión y del compromiso deontológico en los distintos medios de comunicación y en las diferentes facetas profesionales.
c) Archipiélago: Cuadernos de Crítica de la Cultura (Castelldefels, Barcelona: Editorial Archipiélago, núm. 14, 1993) dedica su tema monográfico al estado de la prensa actual, por lo que recurre a expertos nacionales y extranjeros que analizan diferentes aspectos de éste y de otros medios de comunicación: las luchas del poder dentro de la prensa y ésta como epicentro del poder y como escenario de la violencia, además de su papel como agente del cambio y del discurso alternativo.
d) Revista de Ciencias de la Información (Madrid: Universidad Complutense, núm. 7, 1993) incluye diferentes estudios de profesores de la Facultad de Ciencias de la Información sobre la imagen y la creatividad en el lenguaje científico, la persuasión negativa, la comunicación corporativa, la lingüística comunicativa en la informatización del español, la influencia de la publicidad en los costes de los productos, y la documentación sobre investigaciones científicas en el campo de la comunicación internacional.
e) Treballs de Comunicació (Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, núm. 4, octubre de 1993) cuenta con un texto de Régis Debray sobre el papel de los medios audiovisuales en la sociedad democrática actual, e incluye diferentes artículos breves sobre diversos aspectos de la comunicación social: la emoción en los mensajes, los centros de enseñanza de periodismo en Europa, el periodismo especializado, el diseño de objetos, y diversos trabajos sobre historia de la prensa catalana.

Fundación Telefónica
Telefónica