

Revistas de comunicación y nuevas tecnologías

POR DANIEL E. JONES

La producción hemerográfica especializada en comunicación social y en nuevas tecnologías telemáticas ha tenido un crecimiento sostenido en las últimas décadas, tanto por lo que respecta al número de títulos como a la variedad de editores o a las ciudades de origen. Sin embargo, son los países desarrollados -especialmente los anglosajones- los que han logrado consolidar los proyectos más ambiciosos: académicos o profesionales.

Los medios de comunicación tradicionales siguen acaparando el mayor número de artículos en las revistas especializadas, aunque son la industria audiovisual electrónica -las nuevas modalidades de emisión y consumo televisivo: cable, satélite, alta definición- y las tecnologías telemáticas -integración multimedios, CD-Rom, autopistas de la información- las que despiertan cada vez un mayor atractivo en el panorama internacional de esta especialidad.

Las perspectivas teóricas de análisis más utilizadas son la económica, la sociológica y la política, y, en menor medida, la semiótica, la antropológica, la pedagógica, la psicológica o la histórica. Es que los bienes y servicios audiovisuales electrónicos interesan más por sus implicaciones económicas y sociopolíticas que por otras consideraciones.

Lógicamente, para este tipo de revistas preocupan sobre todo los cambios producidos en las áreas más desarrolladas -los países centrales de Europa, América del Norte y Japón-, así como, cada vez más, los mercados emergentes: fundamentalmente China y el Sudeste asiático, pero también otras regiones como América Latina.

En la selección aquí presentada se incluyen referencias sobre revistas publicadas en Europa occidental, América del Norte, América Latina y la Cuenca del Pacífico, que incluyen más de un centenar de artículos -académicos pero también profesionales- sobre esta especialidad, algunos de los cuales suponen aportaciones novedosas.

1. AMERICA DEL NORTE Y CUENCA DEL PACIFICO: ATENCIÓN A LAS MINORIAS

a) Canadian Journal of Communication (Burnaby: Canadian Communication Association, vol.



19, núm. 3-4, verano-otoño de 1994) está centrada en el análisis de las industrias culturales desde una doble perspectiva política y económica, con artículos sobre el desarrollo cultural en una economía abierta, los productores, el lenguaje, los derechos intelectuales, las minorías nacionales, lingüísticas y étnicas, y el papel de los poderes públicos.

b) *Communication* (Quebec, Canadá: Université Laval, vol. 15, núm. 2, otoño de 1994) incluye textos sobre los diferentes tipos de audiencias publicitarias, el discurso público sobre el SIDA a cargo de los médicos (en Canadá y en Senegal), las rápidas transformaciones del mercado mediático rumano, la comunicación pública de los sindicatos, y los nuevos estudios sobre la *Nouvelle Vague* francesa.

c) *Communication Research* (Thousand Oaks, EUA: Sage Periodical Press, vol. 21, núm. 6, diciembre de 1994) presenta varios artículos que analizan la cultura popular desde la investigación social, la etnografía y el análisis de contenido; asimismo, otros sobre la imagen publicitaria de la infancia en revistas de principios de siglo, sobre las habitaciones de los adolescentes -donde se mezclan las mitologías mediáticas y las identidades personales-, y sobre las audiencias de las telenovelas latinoamericanas.

d) *Communication Research Trends* (Saint Louis, EUA: Centre for the Study of Communication and Culture, vol. 14, núm. 4, 1994) presenta el estado de la investigación internacional actual en el ámbito de la comunicación interpersonal -la grupal frente a la masiva-, con aportaciones sobre el concepto de «medios de comunicación grupal» y el papel de la iglesia católica.

e) *Journalism Quarterly* (Columbia, EUA: Association for Education in Journalism and Mass Communication, vol. 71, núm. 3, 1994) incluye cuatro secciones: minorías étnicas (representación de la realidad de la población negra en los telediarios, publicidad en los diarios dirigidos a esta comunidad); análisis de contenido (impacto de la competencia y de la propiedad en los informativos radiofónicos); panorama internacional (apoyo de la prensa al Gobierno norteamericano durante la invasión a Panamá), y consideraciones teóricas (relación entre necesidad de información y utilización de los medios).

f) *Journal of Broadcasting & Electronic Media* (Bloomington, EUA: Broadcast Education Association, vol. 38, núm. 4, otoño de 1994) incluye diversas aportaciones sobre el papel de la televisión dirigida a la infancia: renovación de licencias para aquellas emisoras que tengan en cuenta los programas educativos, efectos de la interpretación de personajes alcohólicos sobre los niños, o perfil demográfico de familias frente al televisor en cuatro décadas (1950-1989).

g) *Media Information Australia* (North Ryde: Australian Film & Radio School, núm. 74, noviembre de 1994) está dedicada a las autopistas de la información, con artículos sobre esta «nueva revolución», las necesidades expansivas del capital, la reutilización de los medios de comunicación tradicionales, el papel de los consumidores -urbanos y rurales- y su necesaria protección; además, incluye otros textos sobre la televisión de pago en Australia, el desarrollo de la televisión en Fiji y la violencia sexual en las películas de Hong Kong.

2. EUROPA: FASCINACIÓN POR INTERNET

a) *Cable and Satellite Europe* (Londres: 21st. Century Business Publications, abril de 1995)

incluye diferentes artículos sobre comunicación audiovisual y nuevas tecnologías: las repercusiones del terremoto de Kobe (Japón) sobre los operadores de cable, la desregulación «digital» del Bundespost alemán, las tribulaciones de Canal Plus en Polonia, las preocupaciones francesas sobre el futuro del cable, y las posibilidades de rentabilidad del cable y del satélite en Dubai.

b) Communications et Langages (París: Editions Retz, núm. 102, 4º trimestre de 1994) publica una serie de artículos sobre el conjunto de los medios desde diferentes perspectivas teóricas, entre ellos: los cambios en el diario Le Parisien Libéré, el futuro de la lectura de libros, la televisión de la era numérica, el grafismo postal, los historiadores del periodismo, y el papel que ejercen las agencias de noticias sobre las organizaciones no gubernamentales.

c) Dossiers de l'Audiovisuel (Bry-sur-Marne, Francia: Institut National de l'Audiovisuel, núm. 60, marzo-abril de 1995) dedicada enteramente a presentar la génesis y la actualidad del servicio televisivo público en Europa, aunque centrado en el caso francés; se ocupa de los fundamentos históricos, económicos, democráticos y culturales, de la crisis y reformas experimentadas en los últimos años, de los problemas de financiación presente y de las perspectivas futuras.

d) European Journal of Communication (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 9, núm. 4, diciembre de 1994) incluye un texto teórico sobre el análisis de la audiencia televisiva, otro sobre las diferencias entre la acción comunicativa interpersonal y la de masas en las recientes elecciones generales de la Alemania unificada, el desarrollo de los reality shows televisivos, la política de telecomunicaciones del Gobierno griego, y el periodismo como narrador social.

e) Gazzette (Dordrecht, Holanda: Kluwer Academic Publishers, vol. 54, núm. 1, 1994), especializada en comunicación internacional, particularmente del Tercer Mundo, incluye en esta edición artículos sobre la telenovela Simplemente María -históricamente la más popular de América Latina-, sobre la programación televisiva en la isla caribeña de Barbados, sobre la imagen de África en los semanarios de información general, y sobre los distintos puntos de vista de la información internacional en los telediarios japoneses y norteamericanos.

f) Inter Media (Londres: International Institute of Communications, vol. 23, núm. 1, febrero-marzo de 1995) se ocupa en esta oportunidad de la televisión dirigida a la infancia, de las reformas de las telecomunicaciones en el seno de la UIT, de las autopistas de la información desde una perspectiva jurídica y ética, de los cambios en las telecomunicaciones chinas para adaptarse al siglo XXI, y de la misión social de los multimedios y la radiotelevisión.

g) Mass Media: Revista Bimestrale di Comunicazione (Lecce, Italia: Capone Editore, año XIII, núm. 5, noviembre-diciembre de 1994) analiza las facetas política, estética y económica de la red Internet -origen y crecimiento de la «cadena global», la realidad virtual, y el futuro de este sistema-, así como un análisis sobre cómo afectan a los medios de comunicación los cambios producidos en la Europa del Este, y un recordatorio del cincuentenario de la muerte del profeta Marinetti.

h) Media, Culture & Society (Londres: Sage Periodicals Press, vol. 17, núm. 1, enero de 1995) está centrada en la política científica de los medios, con textos sobre el «consumo» de ciencia

por parte de los visitantes de museos, la interacción -cooperación y conflictos- entre periodistas y expertos, la «mediatización» de los cambios climáticos, y la cobertura periodística de informaciones científicas y tecnológicas conflictivas; asimismo, incluye un estudio etnográfico sobre la formación de la opinión pública en las redes telemáticas, y otro sobre la comunicación participativa en las radioemisoras mineras bolivianas.

i) Media Development (Londres: World Association for Christian Communication, vol. XLII, núm. 1, 1995) presenta los sistemas mediáticos en los países menos desarrollados del planeta, y cuenta con aportaciones sobre el actual programa de comunicación de la Unesco (desarrollista y protector de la libertad de expresión), y análisis de casos como Eritrea, Vietnam, República Sakha (Siberia), Camerún y Papúa-Nueva Guinea, además de otros sobre diferentes aspectos específicos de la marginación económica (los desheredados brasileños), racial (los judíos) y sexual (las mujeres norteamericanas).

j) Médias Pouvoirs (París: Médias Pouvoirs, núm. 37, primer trimestre de 1995) dedica esta edición al fenómeno de los multimedios como signo de nuestra época y producto de la integración creciente entre las diferentes tecnologías telemáticas; por ello, se pregunta si son un mito o una realidad, y analiza el CD-Rom como nuevo soporte de las industrias culturales, los videojuegos de laboratorio, la compra a distancia, y la desregulación de las telecomunicaciones europeas ante las autopistas de la información; otros temas abordados son la grave crisis de los medios argelinos, el papel de los diarios parisinos en el mercado nacional, las posibilidades de los medios paneuropeos y las consecuencias de la Ley Sapin en el panorama publicitario galo.

k) Problemi dell'Informazione (Bologna: Il Mulino, año XIX, núm. 4, diciembre de 1994) se ocupa del futuro del servicio público radiotelevisivo en Europa (con artículos sobre las estrategias posibles para defender la titularidad estatal y sobre las ingerencias de Berlusconi en la RAI), de los sondeos sobre la intención del voto y las opiniones de los electores (desde el punto de vista de la Psicología de la decisión), de la formación a distancia a través de la televisión y los nuevos recursos telemáticos, del trabajo profesional del periodista, y de la información cultural en los diarios italianos.

l) Revista de Comunicação e Linguagens (lisboa: Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, núm. 20, diciembre de 1994) está dedicada monográficamente a las «figuras» desde un punto de vista retórico, literario y semiótico, con textos sobre la figura como un todo que engloba más que la suma de sus partes, el análisis discursivo y la enunciación, las figuras en el discurso, y la exégesis visual en el arte cristiano; además, presenta un informe sobre la programación televisiva portuguesa en la actual etapa de competencia entre emisoras públicas y privadas.

m) Telecommunications Policy (Oxford: Butterworth-Heinemann, vol. 19, núm. 2, marzo de 1995) cuenta con artículos sobre las políticas locales de telecomunicación, el papel de los servicios de satélites móviles -en particular, el Inmarsat- en zonas rurales y remotas, la evolución de la política de satélites china, el papel de la televisión por satélite en Asia, y la conferencia internacional de la OCDE/Banco Mundial sobre competencia y regulación en las industrias de infraestructuras de redes, celebrada en junio de 1994 en Budapest.

n) TIS: Technologies de l'Information et Société (Montrouge, Francia: Dunod, vol. 6, núm. 4, 1994) incluye aportaciones sobre el determinismo técnico y la apropiación cultural (la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación desde la perspectiva de la Sociología de los usos), la interdependencia entre la informatización de la producción y los trastornos de los modos de vida, los elementos para el estudio de la formación de los usos de los medios de comunicación, y la necesidad de reestructuración de la industria audiovisual, debido a los cambios introducidos por Internet.

3. AMERICA LATINA: PAPEL DE LA TECNOLOGIA

a) Anuario ININCO (Caracas: Universidad Central de Venezuela, núm. 5, 1993) ha salido de la imprenta, en realidad, en febrero de 1995, e incluye una serie de ensayos sobre nuevas tecnologías comunicativas (convergencia tecnológica en América Latina, neoliberalismo y telecomunicaciones, legitimidad de los estudios sociológicos y uso de los medios para el desarrollo), además de otros sobre las tendencias de la radiodifusión en Venezuela, la animación cultural o la historia del cine.

b) Común: Revista de Comunicación y Cultura (La Paz: Universidad Católica Boliviana, núm. 3, diciembre de 1994-marzo de 1995) presenta artículos breves sobre los problemas de la mujer indígena en las radionovelas, la democracia y los medios de comunicación, las posibilidades del cine nacional, las rutinas de las emisoras de radio y la crisis de la prensa en Bolivia.

c) Comunicación y Sociedad (Guadalajara: Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, núm. 16-17, septiembre 1992-abril 1993) sale con bastante retraso pues se ha impreso en marzo de 1994, y analiza la articulación de las estrategias narrativas en las telenovelas peruanas, los cuarenta años de historia de la televisión brasileña, los intereses de Televisa en España, el «nuevo cine» latinoamericano, y las características de la prensa y la televisión en Guadalajara.

d) Interacción (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 5, enero-marzo de 1995) está dedicada a conmemorar el centenario del cine (las relaciones con la televisión y el vídeo, la importancia de los festivales y de los cineclubs, los espectadores) y también incluye diversos artículos sobre el papel de la mujer en los medios o los efectos de las pantallas de ordenador sobre la visión.

e) Revista Mexicana de Comunicación (México: Fundación Manuel Buendía, núm. 38, diciembre 1994-enero 1995) se ocupa de la siempre tensa relación entre medios de comunicación y política, del papel de los voceadores de periódicos, de la literatura como fuente de inspiración para el cine, de los videojuegos como promotores de «sexo, violencia y groserías» para niños, de la introducción de la figura del ombudsman en la prensa mexicana, y de los cambios producidos en las políticas de comunicación de aquel país.

4. ESPAÑA: LA TELEVISION REGIONAL

a) Análisi: Quaderns de Comunicació i Cultura (Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, núm. 17, diciembre de 1994) está dedicada monográficamente al estudio de la televisión en las regiones, nacionalidades y pequeños países de la Unión Europea -tanto desde una perspectiva política, como económica y cultural-, e incluye un artículo resumen de todo el continente y los análisis de cinco Estados significativos: Alemania, Irlanda, Italia, Gran Bretaña y España.

b) *Annals del Periodisme Català* (Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, núm. 25, julio-diciembre de 1994) centra este número en el «periodismo que viene», con una serie de textos de carácter prospectivo sobre cómo influirán los adelantos tecnológicos en la profesión, los formatos, los contenidos y los gustos de los lectores, es decir, el tipo de publicaciones que sobrevivirá.

c) *Archivos de la Filmoteca* (Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana, núm. 18, octubre de 1994) se ocupa en esta oportunidad del fenómeno del star system cinematográfico, tanto hollywoodiano como europeo y hasta indio, con aportaciones desde distintas perspectivas - histórica, sociológica, económica y política-, los diferentes géneros -del musical al terror- y hasta otras ramificaciones del sistema, como los carteles y las memorias personales.

d) *Capçalera* (Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, núm. 59, marzo de 1995) presenta diferentes temas: los escritores que realizan buena parte de su labor en la prensa, las primeras experiencias nacionales de periódicos en línea o en CD-Rom, dos décadas de liberalización informativa en la radio española, y la expansión de la prensa comarcal catalana.

e) *Comunicación y Estudios Universitarios* (Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU, núm. 4, 1994) inicia una nueva etapa con una sección monográfica sobre el sector audiovisual europeo, con textos acerca de las autopistas de la información en el continente, las transformaciones del sistema televisivo español, los canales autonómicos, la experiencia valenciana y las emisoras locales. Asimismo, se publican otros artículos sobre la programación infantil, la violencia en televisión, la concentración de medios o los suplementos literarios de la prensa.

f) *Questiones Publicitarias* (Sevilla: Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, núm. 3, 1994) incluye artículos sobre lenguaje publicitario (esbozo de una teoría de los géneros redaccionales, enunciación narrativa, cuestiones terminológicas sobre propaganda y publicidad política) así como sobre el mercado español (volumen económico del sector comunicativo y panorama general de la crisis publicitaria).