

REVISTAS IBEROAMERICANAS DE COMUNICACIÓN

Daniel J. Jones

Doctor en Ciencias de la Información, investigador y profesor en las facultades de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Ramon Llull y de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Los editores de revistas teóricas internacionales especializadas en comunicación y cultura de masas responden a unos patrones que suelen repetirse entre unos países y otros. El abanico de posibilidades no es muy amplio, ya que generalmente va desde las universidades y centros de investigación hasta las asociaciones profesionales y académicas, pasando por las fundaciones públicas o empresas comerciales y organismos de la Administración.

En general, se trata de un tipo de publicaciones con una tirada reducida, con escasos suscriptores o intercambios con otras revistas similares, habitualmente con formato de libro y con un coste de producción no muy elevado. En la mayoría de los casos no cuentan con publicidad comercial y, por tanto, las fuentes de financiación son escasas: bien las sufraga en su totalidad la propia institución editora o deben recurrir a subvenciones públicas y al patrocinio de grandes empresas.

El mercado anglosajón (especialmente los Estados Unidos y el Reino Unido) resulta diferente, debido sobre todo a su enorme dimensión, al elevado nivel de renta de sus habitantes y a la proyección planetaria de la lengua inglesa en los ámbitos académicos y profesionales. Por ello, son muchas las posibilidades de edición de este tipo de revistas y, más aún, pueden mantener una periodicidad generalmente trimestral y asegurar una continuidad en el tiempo (las hay hasta con tres cuartos de siglo de vida).

Esto les permite, incluso, la consolidación de empresas editoras comerciales, como la transnacional británica Sage Publications y su filial Sage Periodical Press (con centros editores en el Reino Unido, los Estados Unidos y la India), que publica más de una docena de revistas académicas especializadas en diferentes perspectivas teóricas de análisis de los fenómenos comunicativos y culturales, además de editar numerosos libros al año sobre la especialidad a cargo de los principales expertos internacionales. Pero no es la única; también pueden citarse, entre otras, la norteamericana Taylor & Francis, las británicas Reed Elsevier y Butterworth-Heinemann o la holandesa Kluwer Academic Publishers.

En los Estados Unidos son también muy importantes, además de las editoriales de las principales universidades, diferentes asociaciones académico-profesionales que reúnen a centenares o bien millares de miembros, como la International Communication Association, la Association for Education in Journalism and Mass Communication, la Speech Communication Association o la Broadcast Education Association, que actúan como grupos de presión con un peso considerable en el panorama académico y profesional de su país y con una gran proyección internacional.

En la Europa continental destacan también universidades que cuentan con facultades especializadas en comunicación y cultura de masas, como la Cattolica, en Milán; asimismo, algunos grandes centros de investigación, como el IDATE, en Montpellier; el CNET y el INA, en París, o el EIM, en Düsseldorf. Existen publicaciones de asociaciones profesionales y académicas (con menos repercusión que sus homólogas norteamericanas), pero no se han consolidado aún las empresas editoras comerciales, entre las que pueden mencionarse las francesas Dunod y Editions Retz o las italianas Il Mulino y Capone Editore.

En el área iberoamericana destacan universidades (como las españolas Autónoma de Barcelona, Complutense de Madrid, Navarra, País Vasco, Pompeu Fabra y Ramon Llull; las brasileñas de São Paulo, Católica de Rio Grande do Sul y Metodista de São Paulo; la chilena Pontificia Universidad Católica; las argentinas Nacional de Buenos Aires y de La Plata, la colombiana Javeriana de Bogotá, y las mexicanas de Colima y Guadalajara); los centros académicos (como los venezolanos ININCO y Gumilla; los brasileños INTERCOM y CEBELA; el ecuatoriano CIESPAL, la peruana FELAFACS; la mexicana Fundación Manuel Buendía y las españolas Sociedad Española de Periodística y Societat Catalana de Comunicació), y otros tipos de instituciones públicas (como los españoles Consell de IÒ Audiovisual de Catalunya y la Filmoteca de la Generalitat Valenciana) o empresariales (como la española AEDE).

Como cada semestre, la selección aquí presentada incluye referencias de revistas publicadas en el área iberoamericana, que cuentan en total con más de un centenar de artículos (académicos, pero también algunos profesionales) sobre la especialidad de la comunicación, algunos de los cuales suponen aportaciones novedosas.

AEDE (Madrid: Asociación de Editores de Diarios Españoles, núm. 22, 1998). Monográfico sobre la prensa española en las artes plásticas, con artículos sobre las relaciones entre los pintores y los periódicos, la prensa del siglo XIX como escuela y taller de literatos y artistas, la estética gráfica de la prensa, y el reflejo de la prensa en la pintura.

Ágora (Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, núm. 6, mayo de 1999). Revista de prácticas de la Facultad de Ciencias de la Información, que incluye artículos acerca del III Congreso Internacional sobre Cultura y Comunicación celebrado en Salamanca en febrero de 1999, entrevistas a sociólogos y comunicólogos españoles, la comunicación no verbal como expresión de la personalidad humana, la cultura en el ciberespacio, y la publicidad como reflejo social.

Ámbitos: Revista Andaluza de Comunicación (Sevilla: Universidad de Sevilla, núm. 2, enero-junio de 1999). Se ocupa de temas diversos como las transformaciones del mapa cultural latinoamericano, la dimensión audiovisual del idioma, la reacción social ante la violencia mediática, la crítica y el periodismo cultural, la investigación de la comunicación en Argentina, las políticas culturales y la innovación tecnológica, la prensa portuguesa desde el 25 de abril de 1974, la prensa deportiva en España, el décimo aniversario del Canal Sur andaluz, y la prensa católica española a comienzos del siglo XX.

Anuario ININCO: Investigaciones de la Comunicación (Caracas: Universidad Central de Venezuela, núm. 9, 1998). Analiza la política contemporánea como espectáculo y el papel de los medios de comunicación en su puesta en escena, el discurso del golpe de Estado de Hugo Chaves en Venezuela en 1992 y su pretendida defensa democrática, las caras ocultas de la violencia en la publicidad y en la programación televisiva infantil, los procesos de recepción televisiva en los escolares de Caracas, las políticas públicas de comunicación y el integrismo "tecnoliberal", el capitalismo de Estado "tecnopresor" a finales de siglo, los medios de comunicación y la defensa de la ecología en México, y la "glocalización" como hibridación cultural.

Archivos de la Filmoteca (Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana, núm. 31, febrero de 1999). Monográfico sobre las mitologías cinematográficas latinoamericanas; de una parte, la política de actores (los mexicanos Cantinflas, Dolores del Río, María Félix y Pedro Infante, la brasileña Carmen Miranda y la argentina Libertad Lamarque), y de otra, las estrategias y representaciones (las industrias cinematográficas peruana, argentina, venezolana, cubana, brasileña y mexicana, además de la imagen de los españoles en el cine mexicano, y los avatares del cine latinoamericano en España).

Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación (Quito: CIESPAL, núm. 65, marzo de 1999). Monográfico sobre los corresponsales de guerra, con artículos sobre la toma de partido o la neutralidad, la

cultura de la guerra y de la paz, la globalización y la manipulación, el poder emocional de la fotografía de guerra, los derechos y la ética del periodista en misiones de alto riesgo, y el papel de corresponsales históricos o actuales como Hemingway, Massetti, Bastidas y el Che Guevara. Completan el número otros textos sobre la influencia de los medios en las recientes elecciones presidenciales venezolanas, las diferencias entre periodismo y literatura, la cultura de los jóvenes, las políticas de comunicación en Guatemala, y la información como ingrediente clave de toda organización social.

Comunicação & Política (Río de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos, vol. V, núm. 3, septiembre-diciembre de 1998). Monográfico sobre el papel de la propaganda y los medios de comunicación en recientes elecciones latinoamericanas, con artículos sobre Brasil, México, Uruguay y Argentina. Asimismo, se incluyen otros textos sobre el proceso de democratización chileno y la sombra permanente del ex dictador Augusto Pinochet.

Comunicação & Sociedade (São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, núm. 30, 1998). Dividido en dos grandes apartados: estudios mediáticos brasileños (identidades y fronteras en los medios, análisis de la historia de las industrias mediáticas, internacionalización de los medios, diferencias entre prensa impresa y prensa electrónica, propaganda política, medios comunitarios, y perspectivas de la audiencia y la recepción), y comunicación científica (universo de los científicos y su papel en los medios, políticas de ciencia y tecnología, trayectoria del periodismo científico, y trabajo en la sociedad tecnológica).

Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación (Caracas: Centro Gumilla, núm. 104, cuarto trimestre de 1998). Monográfico sobre los mitos mediáticos, con artículos sobre Renny, Diana de Gales, Maradona y Che Guevara, la industria cultural como fábrica de mitos, y el mercado mediático y mitológico. Completan el número otros artículos sobre la identidad de la comunicación organizacional, la investigación de la comunicación para el desarrollo, los índices de sufrimiento en la industria cultural, el discurso político del nuevo presidente Hugo Chávez, y el análisis de las encuestas electorales venezolanas.

Comunicación y Sociedad (Pamplona: Universidad de Navarra, vol. XII, núm. 1, 1999). Incluye artículos acerca de la investigación sobre economía de los medios de comunicación en Estados Unidos, la estructura de la radiodifusión en el País Vasco entre 1986 y 1996, el concepto de comunicación en la teoría sociológica de Robert E. Park, el derecho audiovisual francés, los elementos fundamentales de la radio de formato musical, la radiotelevisión digital desde un punto de vista jurídico, y la repercusión de la muerte y funeral de Diana de Gales en la prensa española.

Comunicación XXI (La Paz: Centro de Noticias e Investigaciones y Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación, núm. 2, abril-mayo de 1999). Análisis de contenido de la prensa paceña ante el terremoto ocurrido en Bolivia en 1998, la profesión de periodista a finales de siglo, la nueva ruta de la investigación latinoamericana en comunicación, y entrevista al comunicólogo Jesús Martín-Barbero con motivo del décimo aniversario de su obra *De los medios a las mediaciones*.

Cuadernos de Información (Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, núm. 13, 1999). Monográfico sobre el periodismo de calidad: el buen periodismo y la rentabilidad económica en Chile, la necesidad de corregir los errores, la creciente pérdida de credibilidad del periodismo norteamericano, la medición de la calidad de la prensa chilena, la mejora de la cobertura fotográfica, las pautas de la calidad informativa, el papel de los periodistas en la era telemática, y la diversidad programática de la televisión chilena. Asimismo, se incluyen textos sobre el nacimiento y cierre del diario argentino *Perfil*, las claves de las industrias culturales italianas, y la obra intelectual del comunicólogo chileno Hugo Miller.

Cuadernos del Madrid (Madrid: Editora Madrid Diario de la Noche SA, núm. 4, abril de 1999). Cuenta con un informe sobre Madrid como capital de la prensa española, y artículos sobre la empresa Prensa Española, editora del importante diario *ABC* (con una entrevista a su presidente honorario, Guillermo Luca de Tena), la escasa atención a los niños en los suplementos de los diarios, las novedades del periodismo electrónico, y los *masters* profesionales en la universidad española.

Diálogos de la Comunicación (Lima: FELAFACS, núm. 54, marzo de 1999). Análisis de la comunicación política en Argentina, la desnaturalización de los símbolos visuales político-partidarios por

la propaganda electoral, el paso de la comunicación sindical de la asamblea a la televisión, la construcción de la credibilidad en los medios, la emergencia de nuevos códigos espaciales en la prensa, la orientación de la opinión pública en época de elecciones, el cambio de los periodistas a comunicadores en Perú, y los efectos de la violencia a través de los medios.

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas (Colima: Universidad de Colima, vol. 4, núm. 8, diciembre de 1998). Se interesa por el campo académico de la comunicación y las diferencias regionales, la investigación académica de la comunicación en México, los grandes centros comerciales como "burbujas de cristal", y la vida cotidiana desde el punto de vista metodológico de la etnografía.

Historia y Comunicación Social (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, núm. 3, 1998). Monográfico sobre la guerra hispano-norteamericana de 1898 y los medios de comunicación, con artículos sobre la prensa en Murcia, la propaganda revolucionaria en Filipinas, las revistas, la prensa finlandesa, el cine bélico, el higienismo y la reforma municipal de Madrid, el diario *El Imparcial*, la diplomacia internacional y la opinión pública, y la guerra por encima de las posibilidades españolas. Otros temas abordados son la radio como medio de propaganda durante la Guerra Civil de 1936-39, la prensa alternativa en la Guerra del Golfo, los duelos entre periodistas, y la música en el sistema propagandístico franquista.

Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad (Buenos Aires: Pontificia Universidad Católica Argentina, núm. 1, marzo de 1998). El análisis teórico de la comunicación, la investigación de los medios, el futuro de los jóvenes, la carrera de Periodismo, la satisfacción de los clientes, la regulación de la prensa, la publicidad y la ecología, y la comunicación del Evangelio a través del sistema mediático.

Interacción: Revista de Comunicación Educativa (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 18, junio de 1999). Tema central sobre las culturas mundiales y locales, con artículos sobre la situación idiomática en Colombia, la corrupción e impunidad de la cultura global, y el papel de la escuela en los procesos de globalización y localización de la cultura. Incluye también otros textos sobre cuestiones sociales y culturales que afectan a la sociedad colombiana.

Oficios Terrestres (La Plata: Universidad Nacional de La Plata, núm. 5, 1998). Monográfico sobre las transformaciones tecnológicas como encrucijada entre comunicación y educación (articulaciones y conflictos de las nuevas tecnologías, la era de las redes telemáticas, la posmodernidad, la pedagogía de la comunicación, la formación de los profesionales). Otros artículos son sobre el "des-orden cultural" de los jóvenes, las mujeres en el imaginario rioplatense de los años veinte, Maradona como ídolo de masas, las carreras de comunicación en la Argentina, y diversos ensayos sobre globalización y cambios sociales.

Publifilia: Revista de Culturas Publicitarias (Segovia: Colegio Universitario de Segovia, núm. 1, diciembre de 1998). Monográfico sobre el consumidor publicitario (el receptor en la psicología de la publicidad, la evolución del consumidor desde la creatividad publicitaria, la segmentación en *marketing*, y la protección ante los mensajes). Se ocupa, además, de la contracultura y el consumo, del centenario de la empresa perfumera española Gal como anunciante, y de la modelización de fenómenos de *marketing* mediante "redes neuronales artificiales".

Quaderns del CAC (Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, núm. 4, abril de 1999). Monográfico sobre el presente y el futuro de la radiodifusión en Cataluña, con artículos sobre el régimen jurídico de las emisoras comerciales, la acción del Gobierno regional, la consolidación de la lengua catalana en el medio, el reto tecnológico del sistema europeo *Digital Audio Broadcast*, los cambios en la programación y en la tecnología, la hegemonía de las grandes cadenas comerciales españolas, el papel de la nueva emisora Catalunya Cultura, los veinte años de las radios municipales, las emisoras católicas, y el papel de la publicidad como soporte financiero fundamental.

Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura (Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, núm. 13, octubre-diciembre de 1998). Centrado en la "ciencia sin fronteras", con artículos sobre la generalización social de la ciencia en los años noventa, la información científica en Europa, las actitudes del público ante la información altamente especializada, la creciente importancia de la divulgación de los conocimientos y los adelantos tecnológicos, y los dilemas éticos en la interacción entre desarrollo científico y necesidades de los medios de comunicación.

Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia (Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, núm. 9, diciembre de 1998). Cuenta con un artículo de análisis sobre el intelectual francés Régis Debray (así como otro de este mismo autor), y otros textos diversos, entre los que destacan una crítica sobre el estado actual de la teoría de la comunicación, la nueva "hiperliteratura" en "sociedades hipertextuales", el futuro de la industria fonográfica en el Estado de Rio Grande do Sul, las aportaciones recientes de los Estudios Culturales, las rutinas de producción noticiosa aplicadas a la actividad fotográfica, la situación actual de las relaciones públicas en el contexto mediático, la historia de las salas de cine en Porto Alegre, y la serialidad como característica de la cultura postmoderna.

Revista Mexicana de Comunicación (México DF: Fundación Manuel Buendía, núm. 57, enero-marzo de 1999). Se interesa por la crisis financiera y el conflicto de los *ratings* entre Televisa y TV Azteca, el aumento de la competitividad en el mercado mexicano de las telecomunicaciones, el desarrollo del cine nacional en 1998, la cultura política y el periodismo mexicanos, el desarrollo mundial de Internet, el papel actual del periodismo internacional, los medios al servicio de la Iglesia católica, el debate sobre la Ley Federal de Comunicación Social, y las perspectivas futuras del periodismo en Veracruz.

Temes de Disseny: Disseny, Comunicació, Cultura (Barcelona: Escola Elisava, núm. 15, septiembre de 1998). Monográfico sobre el producto, el consumo y la comunicación en los nuevos puntos de venta: los cambios hacia la hiperespecialización o la interactividad, la descentralización del producto, los escaparates de las tiendas virtuales, las estrategias de *marketing* y los requisitos de diseño del punto de venta, la estrategia de las franquicias, el comercio como lugar de "segunda producción", las nuevas ofertas para los nuevos mercados, la creación de la imagen de marca de una cadena de restaurantes de comida rápida, y el megacine como nuevo fenómeno norteamericano.

Tendências: Audiovisual, Telecomunicações, Multimédia (Lisboa: Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações, núm. 3, mayo de 1998). Monográfico sobre la industria de los contenidos audiovisuales en Portugal, con artículos sobre la producción cinematográfica y televisiva, la digitalización audiovisual, el desarrollo multimedios, las nuevas tecnologías telemáticas, la reglamentación de la convergencia y el consumo por parte de las audiencias.

Treballs de Comunicació (Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, núm. 11, junio de 1999). Monográfico sobre el papel de la radiotelevisión pública de cara al próximo siglo, con artículos sobre la televisión pública europea en un contexto multicanal altamente competitivo, la falta de rumbo de las televisiones públicas españolas (estatal y regionales), las transformaciones recientes de la BBC, los servicios públicos de comunicación en la "sociedad de la información", y los imperativos de un nuevo servicio público catalán. Además, se ocupa de las dificultades para la conservación de la prensa como documento histórico, y del papel del diario en lengua catalana *El Punt* en la región valenciana.

Trípodos: Llenguatge, Pensament, Comunicació (Barcelona: Universitat Ramon Llull, núm. 7, mayo de 1999). Reconstrucción histórica de la obra cinematográfica de la alemana Leni Riefenstahl al servicio de la estética nazi de los años treinta, el proyecto ideológico del realizador norteamericano Steven Spielberg a través de su película *Saving Private Ryan*, la prepotencia de las grandes corporaciones audiovisuales de Hollywood en el mercado lingüístico catalán, la Iglesia católica y la publicidad, el discurso musical desde el punto de vista comunicativo, la digitalización de las señales, y el mensaje del cineasta Roberto Benigni a través de *La vita è bella*.