HEMEROGRAFIA

ANALISI
Quaderns de Comunicació i Cultura.
No. 9, mayo de 1984.
Bellaterra (Barcelona)

La revista **Anàlisi** constituye sin duda uno de los proyectos más serios y rigurosos de cuantos se han realizado hasta el presente en España en el campo de las revistas teóricas sobre el fenómeno de la comunicación social y la cultura de masas. No sólo esto sino que, hoy por hoy, es la única revista de esta especialidad que se edita en el país, aunque bien es cierto que su periodicidad es bastante espaciada. Pero el hecho de editarse en Cataluña ha supuesto a sus promotores, a lo largo de sus cuatro años de vida, una disyuntiva entre dos concepciones diferentes: hacer una revista dedicada fundamentalmente al estudio de la realidad *"masmediática"* catalana -y en catalán- con el objetivo básico de contribuir a la normalización de la propia cultura, o hacer una revista más abierta a cuestiones de otras latitudes y culturas y dirigida -fundamentalmente en castellano- a un público potencial mucho más vasto y heterogéneo: del resto de España y de América Latina.

Dentro de esta dialéctica -afirmación que habría que matizar pero lo impide la estrechez espacial de este comentario- ha girado la evolución de esta publicación. Ha habido números misceláneos que lograban un cierto equilibrio entre las dos posturas y otros monográficos dedicados a una u otra opción. El que aquí se reseña corresponde más bien a la concepción digamos más *"universalista"* por lo que además de estar prácticamente escrito todo en castellano, recoge las aportaciones de autores de diversos países europeos y trata temas de interés para un público más amplio.

Abre el número un artículo de Umberto Eco titulado "Apostilla a **El nombre de la rosa**", en el que el semiólogo italiano explica los intríngulis y pormenores de la preparación, redacción y titulación de su ya famosa novela. Sigue otro de Roma Gubern sobre los *"Estereotipos femeninos en la cultura de la imagen contemporánea"*, que supone un repaso por las últimas producciones cinematográficas noratlánticas y una crítica a los análisis al uso sobre los estereotipos de la publicidad femenina. Douglas Gomery hace a continuación un lúcido estudio económico de la exhibición cinematográfica norteamericana en las primeras décadas de este siglo, teniendo en cuenta un fenómeno muy poco estudiado: el nacimiento de la oferta de bienes y servicios extracinematrográficos tales como los números de variedades primero y el aire acondicionado, las bebidas refrescantes y los **pop-corns**, después. Estos complementos supusieron, según el autor, un puntal decisivo en el desarrollo de la industria cinematográfica y la obtención de pingües beneficios por parte de los exhibidores.

El núcleo central de este número lo constituye, sin embargo, un **dossier** sobre *"Repetición y serialidad en cine y televisión"*, característica fundamental de la producción audiovisual contemporánea. Diversos autores como Vilches, Calabrese, Aumont, Chatman y Pérez Tornero analizan este fenómeno a través de distintos ejemplos paradigmáticos tales como **Dallas, Goldorak, MASH** o **300 Millones**. Estos estudios demuestran el interés que se tiene en Europa por la serialización -sobre todo televisiva- ante la liberación actual del monopolio de emisión estatal tradicional, la consecuente multiplicación de la oferta y la creciente penetración de material procedente de los Estados Unidos, Japón y Brasil.

Completan este número otros artículos de interés, como el de Mauro Wolf sobre los géneros televisivos y el de Manuel Martín Serrano sobre las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas, y crónicas de recientes simposios, congresos y seminarios, crítica de libros y reseñas de revistas europeas. Un cierto cariz semiótico se advierte, sin embargo, en la selección de estas últimas. **(Daniel E. Jones)**

✸

DEGRES

Revue de syntèse à orientation sémiologique. Publication internationales trimestrelle. Douxième année, No. 37. Printemps, 1984.
Bruselas, Belgica

Este nuevo número de la revista Degrés aparece con el título general de **Figures de la société** y aunque sus artículos son muy variados se relacionan entre sí porque constituyen un intento práctico de establecer una articulación entre la sociología y la semiología, es decir, avanzar en la conjunción de objetos de estudio y métodos que permitan el desarrollo de una socio/semio-logía según plantea A. Helbo en el Editorial.

Claude Javeau, en *"Signalisation et signification dans la Lebenswelt urbaine"*, intenta demostrar la validez de la sociología comprensiva de base fenomenológica, cuyo representante más destacado es A. Schütz, para fundamentar una crítica del orden social que, en este caso, se centra en la ciudad. La ciudad es ciudad en tanto que posee una dimensión histórica y funda en relación al consenso de los ciudadanos los sentidos objetivos de las acciones sociales. Diferencia tres tipos de significación en el entorno urbano: significación indicial, significación objetiva y significación subjetiva. La significación indicial es sobre todo funcional y se separa de la objetiva y la subjetiva porque éstas solamente se revelan como pertinentes en el caso de hacerlas explícitas, de comprenderlas en el *"discours-parcours"* que constituye la ciudad en la **Lebenswelt** (o mundo de la vida). Pero, a la vez, la significación indicial no tiene por qué ser verdadera, pues simplemente basta con que nos resulte familiar. En la ciudad, extrapolando aquí los conceptos de *"lo familiar"* y *"lo conocido"* a los objetos inanimados, el conocimiento de las señales, es decir, de la significación indicial, se base en la familiaridad, pero no en la *"competencia"*. Así, para el autor, la funcionalidad del sistema de señalización urbana se convierte en un sustituto de la pérdida progresiva del significado objetivo histórico y crea un substrato de conocimientos sociales que permiten re-recrear un orden social determinado sin que el Estado necesite aparecer como instrumento mediador de esta construcción de sentido.

Dos autores, P. V. Zima y P. Desideri se ocupan de la ideología y el discurso político respectivamente. P.V. Zima, en *"Du discours idéologique au discours théorique: dualisme, ambivalence et indifférence"*, polemiza contra la posición de K. R. Popper y toda una tendencia que expresa su ideología racionalista pero que, a la vez, tiene un carácter fuertemente idealista. Para esta tendencia el conocimiento se puede aislar de las intenciones sociales y, un *"Objetive Knowledge"* que puede alcanzar la verdad. Por contra Zima considera que cualquier discurso proveniente de las ciencias sociales es ideológico porque no puede evitar representar unos intereses de grupo concretos; se trata de discernir, entonces, qué es lo que distingue a un discurso ideológico y a un discurso teórico. La ideología se caracteriza fundamentalmente por tres conceptos: **dualismo** (las ideologías se basan sobre mitos dualistas que intentan reducir la complejidad de la realidad a través de oposiciones absolutas entre el bien y el mal), **ambivalencia** (por los múltiples sememas que puede contener la isotopía ideología: valor de uso, subjetividad, tradición, utopía, etc.) e **indiferencia** (que muestra la sociedad de mercado hacia las ideologías a través de una gran toleracia para con ellas). Se trata pues de hallar los mecanismos que permitan neutralizar los efectos de la ideología en el discurso teórico y a los que el autor describe a través de conceptos como **reflexión, ambivalencia y diálogo.**

P. Desideri, en *"En marge du discours politique"*, considera los procedimientos enunciativos de las ideologías y los mecanismos pragmáticos que vienen determinados por los discursos políticos. Estos pueden ser muy diferentes, según plantea la autora, en función de los distintos contextos situacionales: auditorios diversos, los medios de comunicación empleados, etc.

Finalmente, otros dos artículos *"Role-Playing from the Semiotic Point of View: The Formation of Human Identities"* (de Achim Eschbach) y *" Sentiments d'estime et de mésestime: du lexique à la sémantique"* (de Joseph Courtés) completan este número. **(M. Dolores Montero)**

✸

LES CAHIERS DE LA COMMUNICATION

Esta revista la dirigen Francis Balle, director de l'Institut Francais de Presse, et Jean-Marie Cotteret, conocido especialista de sociología política.

A lo largo de 1983 publicó cuatro números, el primero de ellos doble. Su contenido suele estructurarse de la siguiente forma: se divide en tres grandes partes: la primera, denominada "Estudios", es la que constituye su aportación doctrinal; la segunda recoge las más importantes disposiciones legislativas, las decisiones de la jursiprudencia, y, según los casos, documentos relativos a discusiones parlamentarias sobre temas relacionados con la comunicación de masa, o información sobre congresos y coloquios; la tercera parte está consagrada a la bibliografía, que en unos casos es analítica y en otros signaléctica.

Por su interés intrínseco debe destacarse su número doble, dedicado a la Ley francesa sobre la comunicación audiovisual del 29 de julio de 1982, en el que a cargo de conocidos especialistas se tratan, por una parte, aspectos generales sobre esta Ley (en concreto, el derecho a la comunicación visual; el monopolio de la programación y la Alta Autoridad; la libertad de la comunicación audiovisual y la Radio-televisión francesa y las demás, y por la otra, determinadas facetas (Aspectos internacionales de la comunicación audiovisual en Francia. El estatuto de los periodistas de lo audiovisual y las Nuevas tecnologías y la Ley). Al final se publica el texto íntegro de esta Ley.

Como puede comprobarse, la serie de aportaciones doctrinales mencionadas formulan un estudio jurídico de dicha Ley desde distintas perspectivas, y queremos subrayar su interés intrínseco, aunque su punto de mira sea el francés. En efecto, la Ley francesa en cuestión significa un hito en la regulación de la televisión en función de las características y circunstancias políticas, económicas, culturales y sociales que configuran el papel de la televisión en Francia.

En el número tres se inserta un artículo titulado **La televisión puede también deshacer la elección**, referente a la primera decisión del Tribunal constitucional francés mediante la cual se ha anulado una elección legislativa tomando como fundamento el impacto de boletines informativos difundidos a través de la radio y la televisión. El otro artículo alude a estrategias de comunicación social en función de las distintas relaciones establecidas por los protagonistas sociales.

El número cuatro trata, por una parte, de la prensa en Madagascar y, por la otra, estudia una propuesta de investigación documental dirigida por el usuario, de forma especial en función del empleo del ordenador.

En el número cinco se recoge un artículo en el que se analiza un modelo de consumo de medios de comunicación y se incluye, así mismo, un análisis interesante sobre los trabajos de Armand Mattelart y Ives Stourdzé **Technologie, culture et communication** (dos volúmenes) y de Maurice Godelier **Les sciences de l'homme et de la société en France. Analyse et propositions pour une politique nouvelle** (dos volúmenes), así como las **Actes du Colloque national Recherche et Technologie**, que constituyen sendos balances actuales sobre el desarrollo y el estado actual de la investigación francesa en materia de comunicación de masas. **(Manuel Pares I Maicas)**

✸

INTER MEDIA

International Institute of Communications.
Vol. XII,
No. 1, enero de 1984;
Londres, Gran Bretaña.

Un amplio informe sobre los satélites del tipo **remote sensing**, es decir de alta sensibilidad a distancia, tales como los que permiten previsiones metereológicas, sísmicas, marinas o de recursos naturales, humanos y hasta militares -Landsat, Meteosat, etc. constituye la parte central de este número de **Inter Media.** Prestigiosos investigadores de distintos organismos internacionales se ocupan de explicar las ventajas e inconvenientes de un tipo de satélites que permiten el flujo transfronteras de datos fundamentales sobre la realidad física, económica y humana de cualquier país por parte del que desde todo punto de vista es el que controla, administra, vende o se reserva esta información: los Estados Unidos.

El artículo **"Sowing the seeds for Pay-TV"**, de Piet te Nuyl, es una interesante aproximación al fenómeno de la televisión por cable en Holanda, país que cuenta con un setenta por ciento de hogares conectados al sistema de cable debido fundamentalmente a su alta densidad demográ-

fica y a su pequeña extensión. Los holandeses estuvieron interesados en un comienzo -al igual que los belgas- en la captación a través del cable de la gran oferta televisiva hertziana de los países vecinos, debido a su carácter de país *"encrucijada"*. Sin embargo, se han mostrado atraídos últimamente por las múltiples posibilidades de la televisión de pago -tal y como ocurre desde hace tiempo en los Estados Unidos- pero con la diferencia de poder optar simultáneamente por el video doméstico.

Otros trabajos de este número tratan sobre la información como recurso, la aplicación de la informática a los estudios demográficos, la utilización de las bases espaciales para el desarrollo de nuevas generaciones de satélites de comunicaciones, la regulación de las telecomunicaciones en Brasil -con interesantes datos estadísticos de los últimos años-, el desarrollo de nuevas tecnologías promovido recientemente por los Bell Laboratories, la comunicación en el mundo árabe y, por último, un fenómeno fácilmente advertible en el mundo contemporáneo: la creciente contradicción entre información y conocimiento. **(Daniel E. Jones)**

✸

Problemi dell'informazione
No. 1, año IX, 1984;
Il Mulino, Via S. Stefano 6, 40125 Bologna
ITALIA.

Mancini (P.) *"Le elezioni sui teleschermi. La 'Prima Volta' degli spots politici"*. Las elecciones generales de 1983 en Italia pusieron de manifiesto dos fenómenos muy significativos: el gran descenso de la Democracia Cristiana y la irrupción masiva de las televisiones comerciales privadas en el escenario político.

El autor intenta establecer relaciones causales entre ambos fenómenos, y defiende que en esa ocasión se consolidó la prioridad del medio televisivo como canal de comunicación política, así como el proceso de *"laicización"* de la política italiana.

Weber (M.) *"Per una sociologia della stampa quotidiana"*. Se trata del discurso de Max Weber pronunciado en 1910 en el primer congreso de la Asociación de Sociólogos Alemanes, ahora traducido por primera vez al italiano. Weber planteaba en su discurso un plan para el estudio sistemático de la prensa alemana y trazaba ya algunas líneas teóricas para la investigación de la comunicación de masas que mantienen plena actualidad tras 70 años.

Sorrentino (C.) *"Giornalismo e sociologia in Max Weber"*. Acompañando la traducción del texto anterior de Weber, el autor ofrece un recorrido por la actividad periodística del sociólogo alemán e intenta aclarar la concepción weberiana sobre la función de la prensa y el rol del periodista.
Buonanno (M.) *"Nuovi modelli di identità nel divismo contemporaneo"*. El fenómeno del divismo va acusando cambios importantes en los últimos años. Es lo que trata de mostrar el autor de forma más bien impresionista, analizando un corpus empírico basado sólo en la prensa. **Josep Gifreu)**

✸

EL PERIODISTA DEMOCRATA
Revista de la Organización Internacional de Periodistas.
Año XXXI, No. 5, mayo de 1984;
Praga. Checoslovaquia

Como es característica de esta revista mensual, abundan en este número los artículos críticos frente al sistema mundial de bloques político-militares desde una perspectiva de *"no alineamiento"*, de tono *"tercermundista"* y decididamente opuesta a la política norteamericana. Las censuras a la Unión Soviética, como es fácil suponer, resultan más vagas e indirectas. El género de los artículos es claramente periodístico y divulgativo y en muchos casos rayan en lo panfletario. Sin embargo, **El Periodista Demócrata** resulta interesante como fuente de información sobre unos países y unas ideologías que no tienen demasiada circulación en Occidente.

Destacan en este número, por ejemplo, varios artículos sobre la comunicación social en Africa, a partir de la celebración en Viena -en febrero último- de un seminario de organizaciones no gubernamentales sobre difusión de información relativa a la descolonización, patrocinado por el Comité Especial de la ONU contra el Apartheid, el Consejo de la ONU para Namibia y la Organización de los Pueblos de Africa Sudoccidental (SWAPO). Hay un artículo particularmente interesante del nigeriano Robert Zaibe, quien destaca que *"los problemas étnicos y especialmente la competencia entre élites de los diferentes grupos étnicos, juegan un papel muy importante en la vida política y social de Nigeria"*. La rivalidad intertribal se arrastra desde tiempo inmemorial en Africa, y con la arbitrariedad del reparto territorial -consecuencia de la colonización europea- este problema no se ha resuelto sino que por el contrario se ha agravado. Tras el proceso de descolonización, y con una unidad nacional precaria, se advierte en los medios de comunicación nigerianos un marcado tinte localista y tribal frente a un endeble sistema comunicativo de ámbito estatal.

Otros artículos de interés son sobre el conflicto desatado tras la amenaza norteamericana de abandonar la UNESCO, sobre la prensa chilena en la actual dictadura, la televisión en la India, la entrada del Tercer Mundo en el mercado mundial de noticias, la tecnología del vídeo y críticas de libros. **(Daniel E. Jones)**

✸

MEDIA, CULTURE & SOCIETY
School of Communications, Polytechnic of Central London
Vol. 6, No. 1. January 1984, Londres, Gran Bretaña.

El número de esta publicación correspondiente al primer trimestre de 1984 es un monográfico, dedicado al estudio de *"los empresarios de la crisis"*. En líneas generales, tal como explica John Tulloch en el editorial, se analiza las relaciones entre el Estado y los medios de comunicación, en diversas épocas, desde la óptica del marco institucional surgido a raíz de la guerra de las Malvinas.

El artículo de Paddy Scannell analiza la creciente intervención del Estado en política internacional, en el periodo inmediatamente anterior a la Segunda Guerra Mundial, por medio del control de la radiodifusión que facilita la propaganda de Estado, a través de la BBC, sujeta a una censura sistemática.

Richard Collins estudia las relaciones entre el Estado y los empresarios de radio, determinadas por el grado de dependencia existente entre ellos, según las circunstancias históricas del momento, en su caso la guerra de las Malvinas.

El punto de vista argentino es aportado por Elisabeth Fox en cuyo artículo analiza el papel de la propaganda argentina durante el mismo periodo, lo cual permite una comparación con el modelo británico.
(Rosario de Mateo Pérez)