

Hemerografía europea

Con este primer número de la II Epoca de CHASQUI iniciamos una colaboración regular con el Consejo de Redacción de la Revista Analisi de la Facultad de Ciencias de la Información de Barcelona que dirige Miguel de Moragas Spa, sobre las revistas especializadas de Europa.

En esta primera serie informativa se incluyen referencias de las revistas: Publizistik, Communication et Langages, Communications, Reveu Francaise de Communication, Comunicazioni Sociali, Ikon, Problemi dell' Informazione y la propia revista Analisi.

En esta oportunidad destacamos la importancia de las revistas italianas que, como sucede en general con la tradición científica de aquel país, ha tenido hasta la fecha una escasa difusión en América Latina.

Se incluye igualmente, una referencia especial a la revista de la Alemania Federal Publizistik que ha dedicado su último número a la trayectoria científica de sus 25 años ininterrumpidos de publicación.

La documentación que publicamos incluye informaciones diversas sobre el contenido, la línea teórica y la historia de las revistas seleccionadas. En próximas series informativas y junto a la referencia introductoria a otras de las grandes revistas que hoy se publican en Europa, el lector podrá encontrar una nueva información detallada y actualizada de los contenidos de los últimos números de las revistas que, en esta primera entrega, han merecido un tratamiento introductorio y más detallado.

**MIGUEL DE MORAGAS
SPA**

ANALISI

Departamento de Teoría de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona (España).

Periodicidad: cuatrimestral

La revista Analisi, cuyo primer número apareció en junio de 1980, tiene como principal objeto el estudio de las comunicaciones de masas y los grandes fenómenos de la cultura cotidiana, de la industria cultural y de la persuasión colectiva, que están ligados de forma directa o indirecta, con los medios de comunicación.

En comparación con otras revistas especializadas del sector Analisi se caracteriza por su voluntad teórica interdisciplinar

acudiendo indistintamente a las aportaciones de la Sociología, la Semiótica, la Teoría de la Información, la Economía, la Ciencia Política y la Psicología.

Junto a problemas de carácter epistemológico la revista incluye, en todos sus números, estudios e informaciones sobre la realidad comunicativa de Cataluña, pequeño país en el que se ubica la ya citada Universidad. Al recoger esta problemática Analisi procura dedicar una especial atención al área comunicativa de las minorías culturales y a la doble presión imperialismo - centralismo de la industria comunicativa.

Analisi, cuyos textos se publican indistintamente en el idioma catalán o castellano, según el original de cada colaboración, ha publicado hasta la fecha tres números con diversas colaboraciones de Martín Serrano, S.M. Pérez Tornero, R. Gubern, M. Moragas, M. Murciano, L. Bassets, T. Delclos, J. Gilfren, Jordi Berno, M. Parés-Maicas, etc.

Puede destacarse la publicación de un número monográfico dedicado al tema de la pornografía y los medios de comunicación, analizando, con especial atención, las relaciones existentes entre la aparición de éste género y los cambios políticos acaecidos en España tras la muerte de Franco y el consiguiente proceso político y la instauración de la Democracia. Se analiza así un caso concreto de la rela-

ción existente entre sistema político y cultura de masas, con trabajos específicos sobre las revistas y el cine pornográfico y las peculiaridades semióticas que caracterizan su lenguaje.

PUBLIZISTIK

Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung.

Publicística, Cuadernos cuatrianuales de investigación de la comunicación.

Editada por los profesores HAACKE (Göttingen), LANGEBUCHER (Munich), RONNEBERG (Nüremberg), Redacción: Walter J. Schutz y George Hellack.

Patrocinada por las asociaciones alemana, suiza y austriaca de Ciencias de la Información y de la Comunicación.

Editada por Universitätsverlag Konstanz GmbH, Constanza, RFA.

Periodicidad: trimestral

La revista *Publizistik* fundada por los profesores Dovifat, Hagemann y Kieslich alcanza con su último número de 1980 sus veinticinco años de edición; se sitúa así en uno de los primeros lugares mundiales en el campo de las revistas especializadas, junto con las más veteranas de los Estados Unidos de América.

La característica más importante de esta publicación ha sido la de su regularidad, la progresiva ampliación y precisión de su campo temático, que la ha llevado a ser, hoy por hoy, una de las más completas de todas las publicaciones que circulan en la escena científica internacional.

Esta riqueza de contenidos, que permite encontrar en ella artículos de semiótica al lado de trabajos de investigación sociológica empírica, estudios de antropología al lado de investigaciones epistemológicas, o ciencia del periodismo al lado de trabajos de historia de los medios, no ha conseguido, a pesar de todo ello, convertirse en una revista conocida y usada a nivel internacional sobre todo por la dificultad idiomática que parece bloquear la mayor parte de los productos culturales alemanes, fuera de la filosofía pura, donde la lengua científica es, precisamente, el alemán.

El último número de 1980, está dedicado, precisamente, a la celebración y balance de los 25 años de existencia de la re-

vista. Con este motivo, se discute sobre el estado actual y el futuro del conjunto de disciplinas o campos científicos en los que se ha movido esta publicación tan representativa de la investigación de la Alemania Federal.

Bajo el título 25 años de *Publizistik* Retrospectiva - Balance Programa, los actuales editores llevan a cabo una breve pero muy precisa historia, analizan el papel desempeñado por la revista en el mundo científico de habla alemana y formulan, finalmente, algunas propuestas centradas, sobre todo, en un espíritu pragmático, superador de las viejas posiciones y entusiasmos sobre las nuevas disciplinas y las nuevas ciencias.

Frente a unos inicios en los que la revista quería ser, en cierta forma, la expresión de la Ciencia de la Comunicación Pública, ahora se presenta como un espacio para la confrontación crítica sobre la evolución de aquella tarea teórica. El viejo subtítulo de la revista así lo revelaba: *Revista para una Ciencia de la Prensa, la Radio, el Film, La Retórica, la Publicidad y la Formación de la Opinión*. Este título, ya en 1964, fue substituido por *Cuadernos cuatrianuales de investigación de la comunicación*.

Los editores definen de nuevo los campos de estudio que compiten a la revista y, con ella, a la Ciencia de la Comunicación Pública alemana, y concluyen que en un sentido estricto su objeto de estudios es el de la Comunicación Pública, terrenos como el de la comunicación animal, la informática o la tecnología, a los que se reconoce importancia, no pueden protagonizar el espacio central de la revista.

Junto a este artículo central el número monográfico incluye otros trabajos dedicados a los 25 años de la investigación alemana en el sector. J. Westerbarkey, explica bajo el título: *Datos sobre el lugar de la disciplina un balance de perplejidad*, cual es la situación académica de la Publicística en las universidades de habla alemana con excepción de la DDR. Numéricamente, los tres países de habla alemana que cuentan con este tipo de estudios agrupan un total de 11.000 estudiantes y cerca de 500 profesores y similares, incluyendo en ambas cifras los Departamentos Universitarios y las Escuelas.

Un tercio de estas actividades corre a cargo de los departamentos específicos, que son los Institutos de Publicística. El artículo, junto a una abundante red de

datos estadísticos, explica la tendencia general de los estudios de comunicación en este ámbito. Por una parte se produce un crecimiento del volumen de actividades y de instituciones en los que se estudia y se investiga en ciencias de la comunicación. Por otra parte, se produce una diversificación de la especialidad, que así se introduce en numerosas academias, otras escuelas y estudios especializados. Las dos tendencias globalmente positivas, requieren, no obstante, un esfuerzo de compaginación entre la integración necesaria en toda disciplina y la interdisciplinariedad que comporta un vecinaje saludable con otras actividades de investigación.

El artículo de Freidhelm Kröll, *Ciencia de la comunicación. Valoración de una Encuesta sobre el desarrollo y la situación de la especialidad en el ámbito de habla alemana*, recoge la respuesta a un cuestionario dirigido a los responsables de todos los institutos de Publicística y similares, sobre objetos de estudio y métodos de investigación. La encuesta ofrece unos datos de mucho interés por hacerse cargo rápidamente del panorama actual de esta disciplina en el ámbito de habla alemana occidental. Hasta cierto punto, este artículo complementa un número monográfico de hace seis años que ofrecía una gran cantidad de información sobre este punto y, especialmente, sobre los planes de estudio (v. *Publizistik*, 3 - 4, 1974/ 1-2, 1975 número cuádruple).

El artículo de Kröll se complementa con una encuesta realizada por W. Donsbach, B. Emnet y A. Ohliger entre antiguos estudiantes de comunicación de la Universidad de Mainz, sobre la interrupción de estudios, la ocupación profesional, la imagen de la carrera, etc. Por otra parte la visión histórica de la disciplina se completa con un artículo de Ulrich Saxer, titulado *Límites de la ciencia publicística. Reflexiones científicas sobre las ciencias del periodismo, de la publicística y de la comunicación desde 1945*. Estos mismos problemas de identidad científica y de interdisciplinariedad son tratados también por Hanno Hardt, en *Ciencia de la publicística, dead or alive?*, Gordon C. Whiting, en *Ciencia de la Comunicación: impresiones de un americano*, y Rüdiger von Bruch, en *Ciencia del periodismo entre historia y economía nacional*, una contribución a la prehistoria de la publicística en el último imperio alemán.

Finalmente, también debe señalarse

un punto fuera de la temática monográfica, el artículo de Benno Signitzer *El derecho a la comunicación*, en la línea de la explicación y el debate sobre el Informe MacBride.

REVUE FRANCAISE DE COMMUNICATION

Directores: FRANCIS BALLE y JEAN-MARIE COTTERET.

Editorial: *Compagnie Europeenne d'Editions et Publications Periodiques.*

38, rue Bassano, 75008 Paris.

Universidad de Paris I, Universidad de Paris II y UNESCO.

Periodicidad: trimestral

El primer número de esta nueva publicación especializada en el estudio de los fenómenos relacionados con las técnicas de difusión masiva, data del otoño de 1978; se presenta a los lectores como una revista dedicada a *dar cuenta de las múltiples y a menudo dispersas investigaciones que se llevan a cabo en el dominio de la información y la comunicación*. Dirigida inicialmente por Francis Balle, director del Institut Français de Presse (I.F.P.) de la Universidad de Paris II, y por Jean Marie Cotteret, director del Centre d'Etudes et Recherches sur l'Information y la Communication (C.E.R.I.C.), de la Universidad de Paris I, está asesorada por un amplio comité científico en el que se integran una selecta representación de la plana mayor de las ciencias sociales francesas (J. Cazeuue, R. Aron, G. Durand, J. Stoetzel, M. Duverger...) y algunas personalidades del periodismo y la televisión (H. Beuve - Mery, J.-L. Servan - Schreiber, B. Blin, etc.) a los que hay que añadir los cuadros docentes de las instituciones universitarias señaladas más arriba (P. Albert, F. Balle, J.M. Cotteret, etc.)

La estructura de los números aparecidos está constituida por tres grandes bloques que incluyen diferentes modalidades de trabajos. En el primero, bajo el epígrafe de estudios, se reúnen las investigaciones y colaboraciones teóricas. Un segundo bloque está dedicado a pormenorizar la actualidad de los tres mayores medios de comunicación franceses: prensa, radiodifusión y televisión, considerados en sus diferentes implicaciones: políticas, jurídicas, sociológicas, etc. Además, la revista dedica un particular interés, en este apartado, a la publicación y también a la actualidad de las investigaciones que se realizan en Francia, así como a las encuestas recientes y a los colo-

quios internacionales. Por último, una tercera sección, recoge en varios apartados una completa bibliografía procedente de varios países de lengua francesa, en este sector especializado. Este capítulo incluye entre las referencias anotadas trabajos inéditos, tanto pertenecientes al sector privado como al público, tesis, memorias e investigaciones universitarias.

La Revue Française de Communication es heredera en cierta manera de toda la experiencia y tradición de investigación de I.F.P. y de la revista *Etudes de Presse* debidos al entusiasmo y la capacidad de F. Terrou, que dirigió ambas instituciones hasta su muerte. En consonancia con esta tradición de estudio se comprende mejor la exhaustividad con que son tratadas en la revista las temáticas relacionadas con la jurisprudencia de los medios, que poseen una sección fija, la *Revue de Jurisprudence*, en el apartado dedicado a la actualidad, y el amplio espacio dedicado al área de documentación y bibliografía, que en términos generales abarca las dos terceras partes del total de los materiales publicados.

Por lo que hace referencia al bloque dedicado a la investigación o estudios, es necesario señalar que los artículos publicados en las cuatro primeras entregas de la revista adolecen de una búsqueda de cierta unidad metodológica, también en consonancia con una tradición clásica de investigación que entiende el estudio de la comunicación como suma de múltiples aproximaciones pluridisciplinarias que constituirían las ciencias de la información y la comunicación. Así, en el No. 1 (otoño de 1978) J. Elull, en un trabajo dedicado a *La información y el sistema técnico*, analiza los límites de varios modelos que consideran a la fuente y al receptor de los procesos de comunicación como simples elementos mecánicos. Elull, por su parte, identifica dos órdenes o niveles de comunicación, la *existencial* y la *científica*, que darían lugar a dos redes diferenciadas de comunicación e interferencia, las cuales deberían ser consideradas para una adecuada comprensión del papel de la información en la sociedad.

D. Nimmo propone, en el No. 2 (invierno de 1979), nuevas estrategias de investigación para el análisis de la comunicación política, a la que considera un nuevo dominio de estudios dentro de las ciencias de la comunicación. Dentro de este campo, el autor describe tres nuevas metodologías: los análisis inspirados por el *dramatismo* de la comunicación, el análisis estructural y el análisis ideológico, que a su juicio se diferencian de los métodos con-

vencionales y permiten una mejor interpretación de la articulación mensaje - imágen en el receptor de la comunicación, centro de todo análisis de la comunicación.

Quizás sea en el No. 3 (primavera - verano de 1979) donde se hace más explícita la dispersión temática a la que hemos aludido anteriormente y que al contrario de lo que creen los editores tampoco contribuye a *iluminar el mal conocido terreno de la información y la comunicación*. Véase en este sentido los títulos de los cinco artículos que aparecen en dicho número: *El derecho del hombre a comunicar*, por J. Darcy; *La comunicación en la empresa*, por R. Guiheneuf; *La inteligencia artificial*, por R. Moreau; el *Régimen publicitario de los productos farmacéuticos*, por J.M. Auby y *Diarios, Radio y Televisión ¿a quién creer?* por J. P. Marhuenda.

Finalmente en el No. 4 (invierno de 1980), ofrece entre otros trabajos una detallada referencia de las aplicaciones de los nuevos sistemas de difusión en la renovación tecnológica de la Agencia France - Presse y a las recientes experimentaciones del nuevo servicio Antiope, que distribuye mensajes por medio de teletextos a la carta.

COMMUNICATIONS

Director: EDGAR MORIN

Centre d'Etudes Transdisciplinaires, Sociologie, Antropologie, Sémiologie - CETSAS - Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Editions de Seuil,

Periodicidad: Semestral

En 1960 Georges Friedmann fundó en la Sorbona el Centre d'Etudes des Communications de Massa - CECMAS - dos años más tarde aparecía el primer número de la histórica revista *Communications*, dirigido por el propio G. Friedmann y cuyo primer comité de redacción estuvo compuesto por Roland Barthes, Claude Bremond, Edgar Morin y Violette Morin.

Desde ese momento la revista comenzó ya a aparecer como una de las aportaciones punteras dentro del ámbito del estudio de la comunicación, no solo en Francia, sino también en toda Europa.

En su número 21, editado en 1974, la revista aparece ya, definitivamente ligada al CETSAS, producto de la transforma-

ción del antiguo CECMAS generada a partir de planteamientos teóricos sobre el carácter interdisciplinario del centro.

Tras la muerte de G. Friedmann, en 1978, se creó una dirección basada en las personalidades de R. Barthes y de Edgar Morin, aunque un poco más tarde fue este último quien se hizo cargo en solitario de las tareas del director. Al mismo tiempo, se amplió el consejo de redacción incluyendo algunos autores destacados y colaboradores asiduos de la revista: André Bejin, Claude Fischier, Christian Metz, Francois Récanati y Eliseo Veron.

El No. 32 de *Communications*, aparecido en 1980, lleva por título genérico: *Les actes de discours*.

En esta revista ya habían sido publicados anteriormente algunos trabajos sobre ese campo de estudios teórico de los actos del habla, de la pragmática, con artículos de J.C. Anscombe y de J. Milner, y otros, aparecidos en el número 30 dedicados a la conversación, pero es precisamente con el número 32 cuando se dedica un monográfico al tema de la enunciación lingüística.

La pragmática, que nacida a partir de la tradición semiótica norteamericana recibió un impulso decisivo en las obras de J.L. Agustín y de H.P. Grice, parecía, hasta hace bien poco, dominio exclusivo de los anglosajones, sin embargo, como nos demuestra el No. 32 de *Communications*, esta ciencia tiene actualmente una fuerte implantación en el continente europeo, especialmente en Francia.

Oswald Ducrot en su trabajo *Analyses pragmatiques* realiza un estudio de la conjunción francesa *mais* introduciendo para ello el concepto de argumentación, más adelante pasa a realizar algunas consideraciones sobre la enunciación como productora de efectos jurídicos para después efectuar diversos análisis sobre los adverbios y las locuciones adverbiales según los cuales al entrar éstos en un enunciado indicando incidencia enunciativa es el mismo enunciado el que pone de manifiesto su enunciación. Por último O. Ducrot defiende la idea de que la *performatividad* puede ser explicada mediante el mismo modelo que explica la *delocutividad* formulado por E. Benveniste.

Jean Claude Anscombe en su artículo *Voulez - vous dériver avec moi?* parte de una pragmática integrada que considera como ciertos valores internacionales ligados a la enunciación están incluidos en el seno del enunciado, para estudiar como

se producen estos fenómenos se centra en el análisis de las marcas como elementos de las frases que introducen variables intencionales en la significación. J. C. Anscombe explicita, más adelante, una teoría de la derivación ilocutiva tratando casos concretos como los de los verbos *pouvoir* y *vouloir* y el de la interjección *Hélas*, tomados todos como marcadores de derivación. Por último este autor trata el problema de la relación entre la derivación *ilocutiva* y la *delocutividad* generalizada.

Frederic Nef, en su trabajo *Note pour une pragmatique textuelle* formula la tesis de que la derivación de un macroacto del lenguaje puede efectuarse de forma recurrente a partir de un último acto cuya derivación revela el sentido de todo el discurso.

Jef Verschueren en *A la recherche d'une pragmatique unifiée* intenta poner las bases para la ordenación de las diferentes aportaciones a la teoría pragmática que se han ido sucediendo sin tenerse suficientemente en cuenta las unas a las otras.

Otros artículos, que aparecen también en el No. 32 de *Communications* son: *Le détachement du sens*, de Benoit de Cornulier. *Qu'est-ce qu'un acte locutionnaire?* de Francois Récanati. *Modalité et illocution* de Eddy Roulet. *Status sémantique des actes indirects* de Ryszard Zuber, y *Les stratégies pragmatiques* de Herman Parret.

COMMUNICATION ET LANGAGES

Director: FRANCOIS RICHAUDEAU

Centre d'Etude et de Promotion de la Lecture, Paris.

Periodicidad: trimestral

Esta publicación apareció en 1969 tras la reformulación efectuada de otra anterior llamada *Les Cahiers de la Publicité*; desde entonces, en ella se han publicado artículos encuadrados dentro de las áreas de la lingüística, la sociología, la publicidad, la pedagogía, el grafismo, y el estudio general de los mass - media.

La dirección de la revista corre a cargo de Francois Richaudeau, y componen el comité de redacción: André Akoun, Gerad Blanchard, Ivette Pesetz, Anne-Marie Laulan, Jean Claude Macquet,

Abraham Moles, Jacques Mousseau, Pierre Tehilhardat, Jean Texier y Claude Vielfaure.

El No. 45 de *Communication et Langages* correspondiente al primer trimestre de 1980 lo componen los siguientes artículos y secciones:

En la sección de lingüística nos encontramos con el trabajo titulado *Lisibilité et compréhension* de Georges Henry, investigador perteneciente al laboratorio de pedagogía experimental de la universidad de Liège. Este autor, a la búsqueda de técnicas para evaluar el nivel de legibilidad de los textos escritos, compara su propio método con el de Fleisch - De Landsheere aplicando ambos a 150 niños.

En la misma sección de lingüística Francois Richaudeau publica el artículo *248 phases de Proust* en el que realiza un estudio sobre textos de Proust con el fin de analizar, entre otras cuestiones similares, las proporciones establecidas al relacionar las frases cortas con las largas, los temas de las frases más extensas, y las causas por las que Proust utiliza este tipo de frases.

En el apartado dedicado al grafismo nos encontramos con tres artículos. El primero de ello, de Jerome Peignot, *Les calligraphies musicales* de Claude Melin, el autor realiza un estudio de las caligrafías musicales de Claude Melin partiendo de la idea de que la escritura es determinante en la composición musical, sobre todo en el momento en que pretenden establecerse nuevos códigos.

Por su parte, Michel Le Ray, en su artículo *Dialogue du physicien et de l'esthète*, efectúa un análisis de los ángulos que aparecen preferentemente en la naturaleza, en la comunicación icónica y en el arte, intentando establecer unas constantes universales.

El tercer trabajo publicado en la sección de grafismo es el titulado *Voulez vous jouer avec mon A*, en el cual Jacques Bertin presenta las variables independientes a constatar en cada letra para una clasificación tipográfica, analizando su incidencia sobre las variaciones de visibilidad, definida ésta como la relación entre la cantidad de negro y de blanco dada en el espacio definido por una palabra.

En la sección de sociología de la revista aparece un artículo de su colaborador habitual, Abraham Moles, titulado



Le livre et les éditeurs en el que el autor, después de analizar las consecuencias de la crisis económica sobre la industria editorial y sobre los distintos tipos de libros, estudia las condiciones y las características de los circuitos en los que se mueven actualmente las ediciones y las lecturas de libros.

En el mismo apartado de sociología Robert Estivals, publica un trabajo *Le livre aux Etats - Units* en el que trata sobre la industria editorial de los Estados Unidos haciendo un recuento de las diferentes etapas, desde la colonización de los siglos XVII y XVIII a la actual fase imperialista caracterizada por una cierta intervención del Estado, pasando por el modelo liberal.

COMUNICAZIONI SOCIALI

Director: VIRGILIO MELCHIORRE

Escuela Superior della Comunicazione Sociale, Universidad Católica de Milán, (Italia)

Esta nueva revista italiana, cuyo primer número apareció en enero - marzo de 1979, cuenta entre su consejo editorial con A. Bellotto, G. Bettetini, L. Bini, G. Calvi, F. Caseti, etc.

Entre sus temas incluye cuestiones generales relativas a la comunicación y temas específicos de los distintos medios de comunicación, del periodismo y de la publicidad. Cada número incluye un apartado dedicado a ensayos, preferentemente de temas de filosofía de la comunicación. Una segunda parte dedicada a trabajos más ágiles y puntuales, aunque siempre bajo la óptica de la teoría crítica de la comunicación. Finalmente, una parte dedicada a reseñas de revistas y bibliografía y a discusiones sobre la actualidad estética, lógica, sociológica y política de los *Mass Media*.

Comunicazione Sociali se distingue del resto de revistas especializadas por incorporar a los estudios de la comunicación social la perspectiva de la metodología hermenéutica, tanto la que nace de la filosofía de Husserl como la que busca un compromiso entre la fenomenología de las corrientes críticas de la Escuela de Frankfurt.

Se trata de una posición necesariamente discutible, pero que de hecho rompe con la uniformidad de los esquemas habituales basados en el empirismo, prefe-

rentemente en su versión funcionalista, o en la crítica desde posiciones más o menos izquierdistas.

El último número de diciembre de 1980 es un volumen doble (3 y 4) dedicado al debate que tuvo lugar en la Escuela Superior de la Comunicación Social sobre el problema de la corporeidad en la comunicación social y en la representación artística.

Antonio Bergote abre el número con un estudio teórico sobre la cuestión centrado en la superación de algunos dualismos tradicionales. Reclama la necesidad de una reflexión pluridisciplinar sobre la situación del cuerpo, una reflexión que respete la unidad del cuerpo humano y la autonomía de las distintas aproximaciones científicas al mismo. Hace un recorrido histórico del tema desde Platón y Aristóteles, pasando por Descartes y llegando al existencialismo de Gabriel Marcel. El hombre, según el autor, no es un compuesto de cuerpo y alma sino una unidad de cuerpo orgánico. Cuerpo psíquico y espíritu. Este último, en su entorno, es concebido como un sistema simbólico constituido por el lenguaje.

Después de esta introducción se desarrollan una serie de estudios sobre el tema central. Entre estos escritos podríamos destacar el de E. Buchli. Corporeità e conoscenza. Nota sulla posizione della filosofia. La autora hace un recorrido por la fenomenología esperando encontrar en ella los rasgos característicos que le permitan fundamentar una teoría del cuerpo.

El cuerpo vivido, el cuerpo sujeto, el cuerpo en tanto que medio de origen, en tanto que núcleo alrededor del cual se agrupan las percepciones, las imágenes, las vivencias del mundo que los envuelve. A un segundo nivel de reflexión se llega al cuerpo visto desde el exterior, lo que permite construir el mundo interior, sujeto de los actos intencionales, de las motivaciones.

A. Cascetta, La sfida del corpo. Ipotesi su alcuni momenti della scena contemporanea, estudia el papel que desempeña el cuerpo en el teatro. Este medio tradicional, además de ser el lugar de la palabra, también lo es del cuerpo. La civilización occidental, se concluye, ha reducido el papel expresivo del cuerpo a la mínima expresión.

En otros artículos se investiga el papel del cuerpo en las artes, el papel desempeñado por la expresión corporal en otras épocas históricas. En definitiva, se

trata de una inestimable aportación a lo que se ha denominado *expresión no verbal* y a la moderna tendencia de estudiar los procesos comunicativos desde el ángulo de su complejidad expresiva.

IKON

Director: GIOVANI CASAREO

Instituto Agostino Gemelli, Franco Angeli Editore, Milán (Italia)

Periodicidad: trimestral

Esta revista experimenta a finales de 1978, una transformación radical en relación con su pasado, dedicado exclusivamente a temas cinematográficos, y sin numeración. A partir de septiembre de 1978, el número 1 - 2 presenta unos planteamientos totalmente nuevos y de un interés indudable tanto a nivel de contenido como en el de la producción de investigaciones propias que recoge la publicación. En efecto, la producción de la revista sigue un proceso a tres niveles: la redacción propiamente dicha, un grupo de trabajos abiertos, un grupo de trabajos monográficos, aparte, lógicamente, de los colaboradores extranjeros.

En esta etapa, IKON quiere presentarse no tanto como una *enésima revista de tendencia o de grupo, sino como lugar de confrontación e instrumento de trabajo, como revista, al mismo tiempo de servicio y de investigación*. IKON plantea cuatro orientaciones concretas de la investigación:

- a.- Definición de la naturaleza y de la lógica de los procesos de producción de los conocimientos y del saber, así como los procesos de comunicación de los que forman parte;
- b.- Definición del *modo de producción* de los conocimientos y del saber, y su relación con los diferentes modelos de aparatos institucionales;
- c.- Definición del *modelo* organizativo y productivo de los aparatos institucionales de la comunicación de masas;
- d.- Definición del *consumo*, considerado en la relación que se establece entre procesos de producción del conocimiento y del saber y la praxis social.

La distribución de las páginas de la revista presenta también una peculiaridad: en cada número existen dos partes, dos mitades, bien diferenciadas, la primera similar a este tipo de revistas, y la segunda de carácter monográfico; cada una

de estas mitades sigue una numeración propia. En la primera parte, las secciones acostumbran a incluir una revista de revistas, reseñas de libros, análisis e investigaciones puntuales y diversificadas sobre los medios de comunicación en Italia o en el extranjero.

Los dos últimos números 6 y 7, corresponden al invierno 1979 - 80 y a la primavera de 1980, respectivamente. El número 6 ofrece en su primera parte, los siguientes artículos: La investigación sobre las comunicaciones en Venezuela de Margarita Graziano; La industria discográfica italiana, en los límites del mercado musical?, de Rosella Bertolazzi y Giuseppe Barile, La comunicación controlada: los bancos de datos de Herbert Schiller; El mercado cultural, de Bernard Miege; y La exportación de la tecnología educativa de Giada Manca. La monografía siempre encabezada por la rúbrica *Nuestros temas*, está dedicada a El territorio imaginario referencia a los ecosistemas de comunicación a nivel local, descentralizado y/o alternativo, en contraposición a las tendencias impuestas por la actual industria de la cultura y las multinacionales; colaboran en este número con diversas aportaciones los siguientes autores: Paola Terzi, Carla Bado, Renata Molinari, Maria G. Gregori, Francesca Casetti, Franco Iseppi, Enrico Crispoldi, Alessandra Cirri e Ivanox Cipriani.

La monografía del No. 7 es excepcional por el hecho de ser documental, y, concretamente, por el hecho de publicar el Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna, elaborado por la comisión de la UNESCO dedicada al estudio de los problemas de la comunicación y conocida por el nombre de su presidente, el irlandés Sean MacBride. El título dado a la monografía, Tecnologías y control de la Información, no precisa con exactitud el contenido de la misma, pues, prácticamente, todas las páginas hacen referencia al famoso Informe MacBride. Debemos añadir que al final también se incluye otro informe que puede justificar la elección del título general y que es La Informatización de la sociedad en el Informe Nora Minc, de Paolo Bassi y Antonio Pilati. Aparte del primer documento, se incluye un informe sintético sobre el debate internacional originado, por el informe MacBride a cargo de Giuseppe Richeri y, a continuación, una mesa redonda sobre el mismo objeto con la participación de los expertos italianos G. Cesareo, M. Rendina, G. Riccheri, F. Rositi, F. Siliato y G. Vacca.

PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE

Director: PAOLO MURIALDI

Società Editrice Il Mulino (Italia)

Periodicidad: Trimestral

El primer número de esta revista apareció en el primer trimestre de 1976, gracias al interés de un grupo de promotores que formaron la Associazione Studi sull'Informazione (ASI), que llegó a un acuerdo con l'Editore Il Mulino para correr cada parte con el 50 o/o de los gastos y de los beneficios. Desde entonces, la revista ha ido consolidando su peso específico entre las publicaciones especializadas sobre los problemas de la información desde las perspectivas marcadamente sociológicas y políticas.

La revista presenta diversas secciones, entre las cuales destacan la del *ensayo e investigaciones* y la de *notas y apuntes* que en realidad son breves artículos sobre cuestiones y hechos de actualidad. Incluye además secciones de comentarios sobre libros, documentos, breves reseñas, reseñas y también un noticiario final (noticias sobre congresos, seminarios, investigaciones, hechos periodísticos de relevancia, etc.)

Del número de Problemi dell'Informazione correspondiente al primer trimestre de 1980, pueden destacarse las investigaciones siguientes: La publicidad en los años 80', de G. Carcano; La información desviante: el caso del Quotidiano Donna, de M. Buonanno; Las funciones críticas de la Communication Research empírica, de Kurt Lang. El primer y el tercer artículo merecen una especial atención.

La investigación sobre la publicidad de G. Carcano aborda el análisis detallado de las estadísticas de base sobre las inversiones publicitarias globales en la inversión en este campo. A través de una gran profusión de cuadros, el autor estudia las inversiones publicitarias para cada medio (diarios, revistas, radio, TV), la evolución por medios seguida en los años 1978 y 1979, las mayores agencias y concesionarias de publicidad, etc. Una primera consideración general que pone de manifiesto el mercado publicitario italiano, según Carcano, se puede concretar en la constatación de que el sector es substancialmente rígido, aunque se haya producido una redistribución con traspaso de cuotas desde un subsector a otros, favoreciendo so-

bre todo, las radios y TV privadas.

Por su parte la traducción del artículo de Kurt Lang, aparecido inicialmente en la revista Media, Culture and Society, (1-1979), titulada Las funciones críticas de la Communication Research empírica, representa una buena aportación al debate suscitado por la revista, que ya había publicado otros ensayos sobre las interrelaciones entre las dos principales corrientes en el análisis de los *mass media* y la cultura de masas: la *empírica* la tradición norteamericana, y la *crítica* de tradición europea, sobre todo a partir de la Escuela de Frankfurt. Como es sabido Kurt Lang, junto con su mujer, Gladys Lang, ha sido uno de los pioneros de la investigación crítica sobre los medios de comunicación en los Estados Unidos, y recientemente, después de diversas estancias en la RFA y en GB, ha llegado a la conclusión - que se argumenta en este artículo - que no existe contraposición fundamental entre ambas corrientes: la tradición empírica en la Communication Research es tanto un fenómeno alemán como un fenómeno americano; su desarrollo hasta los años 40' se debe tanto a intereses intelectuales, sociales y políticos como a la demanda de organizaciones con fines lucrativos; no existe ninguna incompatibilidad intrínseca entre el *positivismo* de la Communication Research administrativa y la aproximación crítica de la Escuela de Frankfurt.

En el número correspondiente al segundo trimestre se publican cuatro artículos que a nuestro juicio merecen ser destacados: La audiencia de la radio local entre los jóvenes. Algunos datos y algunas hipótesis para una propuesta operativa, de E. Slitti y M. Tacchino que es un resumen de un trabajo de campo sobre 400 jóvenes de Génova, estudiantes de enseñanza media, que investiga el grado y las formas de penetración de la radio entre la juventud; Palabras políticas en el lenguaje de la izquierda histórica italiana: orden/desorden y terrorismo, de María G. Lo Duca, investigación en torno al campo semántico de las palabras políticas sobre una muestra del lenguaje utilizado por los periódicos *L'Unità*, Portavoz del Partido Comunista, y del *Paese Sera*, próximo al mismo partido; Evolución al derecho de autor; trabajo intelectual e industria cultural; de E. Di Renzo y G. Fabre; y El Movimiento Chisir y los periódicos de París en las elecciones de marzo de 1978, de S. Parnolo. ●