

## REVISTAS

Begoña Mora Jauraldegui ▼

La revista «Comunicación» dedica el tema central de su número 26, a los cambios que se producen en Mayo del 68 en los medios de comunicación, en especial, con respecto a la radio. Bajo el nombre «Mai 68, un enter deux dans l'histoire de la radio en France», se hace un recorrido por la revuelta francesa, mostrando cómo la radio, en lugar de perder ante la televisión, se erige como el único medio libre capaz de informar y seguir los acontecimientos independientemente. El resto del texto se divide en varios apartados, ocho en total, que desgranamos a continuación. Comienza con «Nuevas tecnologías de la información y la comunicación», y dos artículos «¿Y del ciberperiodismo qué? Una mirada a las transformaciones de los periódicos y de los periodistas para sobrevivir en el nuevo ecosistema digital», donde se habla del cambio que han sufrido los medios de comunicación escritos debido a la amplia y fuerte presencia de Internet, lo que ha producido lo que el autor denomina «un reinvento del periodismo en el mundo entero» como respuesta a la disminución de la demanda impresa; un claro ejemplo de esa reinención es el siguiente artículo, «Así piensan los lectores de los medios electrónicos en Colombia», donde se exponen los resultados de una investigación de doctorado que analiza el perfil de los lectores que contribuyen a los contenidos de los periódicos on-line, o ciberperiódicos, siempre bajo la supervisión de un profesional de la comunicación. Se crea una nueva relación medio-consumidor, impensable no hace mucho. Continúa con «Periodismo», donde bajo los títulos «Libertad de expresión: viejos retos, nuevas preguntas», «Kapusinski y el periodismo ilustrado», «La ética. Una vocación radical de resistencia proyectiva» y «I. Periodismo público: otra manera de investigar», se muestra la evolución del

periodismo. Se pone en tela de juicio la expresión «libertad de expresión» y los derechos en que se basa; se ensalza la figura de Kapuscinski como «periodista ilustrado», por su «sed de saber» y por partir de la premisa de que su profesión «depende del otro, así que no debe haber lugar para la vanidad ni la arrogancia»; se continúa con un tratado que reflexiona sobre la carencia de ética o la dificultad por mantenerla dentro el ámbito periodístico en la sociedad cambiante, rápida y falta de escrúpulos actual; y concluye con una vuelta de tuerca más hacia el nuevo periodismo, el que nace de los propios lectores y para ellos, basado en un periodismo de investigación tradicional que se acerca al ciudadano normal y corriente. En el siguiente apartado, «Sociedad y política», «Corrupción y poder, un desafío a la gobernabilidad» muestra los resultados de una investigación sobre la relación existente entre corrupción y poder en la sociedad colombiana y a nivel mundial. A través de «El barrio de Paquita», dentro de la sección «Cultura popular y medios», se repasa la figura de esta mujer, compositora, cantante y empresaria que ha marcado una época en la sociedad mejicana con sus poemas de desamor, convirtiéndose en un fenómeno que traspasa las fronteras del país azteca. En «Comunicación organizacional», «Los indicadores de medida en la comunicación organizacional» se repasa el impacto de los programas de comunicación en las diferentes entidades, analizando las cuestiones esenciales en los campos académico y profesional. La sección «Comunicación conceptos básicos» se centra en «Recuperar la comunicación», atendiendo a sus tres dimensiones: la de necesidad humana, como fenómeno social y como derecho fundamental. La «Entrevista» lleva por título «Conversaciones con Mario Kaplún. Cincuenta años pariendo a un interlocutor autónomo». Es un repaso a su vida, a la relación con los medios y a «la corriente neocrítica». Con el último apartado, «Reportaje gráfico, especialización en comunicación urbana», se hace un recorrido visual por «Tejelo: una experiencia de ciudad», documento interesantísimo, recomendable a cualquier profesional de la comunicación y los medios.



Revista Comunicación, 26. Mayo del 68 y Nuevas tendencias en la comunicación; Medellín (Colombia), Universidad Pontificia Bolivariana, 2009; 176 páginas