Publicaciones internacionales recientes. Conflictos sociales y reformas electorales

POR **JUAN JOSÉ PERONA PÁEZ Y MARILUZ BARBEITO VELOSO**

CONFLICTOS SOCIALES Y REFORMAS ELECTORALES

La espectacularización de la información acentúa el impacto que sobre los receptores tienen todas aquellas imágenes de desastres naturales, atentados, guerras, etc., que reflejan cualquier tipo de drama humano, al tiempo que, según los resultados de algunas investigaciones, se utiliza estratégicamente por las cadenas televisivas para aumentar sus índices de audiencia. Este *amarillismo* informativo afecta también al tratamiento mediático que reciben en Latinoamérica los conflictos sociales y sus consecuencias, especialmente la pobreza y las condiciones laborales deplorables, como muestran los estudios desarrollados recientemente. Otro asunto que, en relación con América Latina, evalúan las revistas de comunicación son las reformas electorales que se han llevado a cabo en distintos países, entre ellos Chile, Bolivia, Argentina, El Salvador y Costa Rica, y su contribución al refuerzo y la consolidación de los sistemas democráticos en dichos estados.

Por otra parte, los aparatos electrónico-digitales atraen una vez más el interés de los analistas, que en esta ocasión reflexionan sobre el uso del teléfono móvil y su capacidad para estimular la participación ciudadana en los ámbitos social y político. También es notoria la atención que se presta, en plena cultura de la imagen, a la argumentación y la retórica desde diferentes perspectivas: pública, cultural, persuasiva y contextual, y al poder creativo de la palabra como instrumento principal y primario de la comunicación humana.

América Latina: Usos de la televisión

Communicare: Revista de Pesquisa
www.facasper.com.br/cip

Fundación Telefónica

Telefónica

(São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, vol. 9, No. 2, segundo semestre de 2009).

Incluye una entrevista con el profesor y periodista brasileño Bernardo Kucinski, "el hombre que leía los diarios para el presidente", y una serie de textos que versan, entre otros asuntos, sobre la actividad periodística de Karl Marx al frente del *Neue Rheinische Zeitung* (1848-1849); la movilidad y la hiperconexión como tecnologías de vigilancia en el marco de una sociedad cada vez más controlada; comunicación, mito y televisión: los programas religiosos del *neopentecostalismo*; razón versus emoción: la narrativa romántica en los grabados de Louise Bourgeois; fotoperiodismo: entre el reconocimiento de la muerte y la cara ridícula del poder; Sao Paulo, siglo XXI, eventos y turismo: momento de (re)pensar la hospitalidad; y el papel comunicativo de la marca en el contexto de las organizaciones.

Comunicación y Sociedad
http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc
(Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, nueva época, No. 14, julio-diciembre de 2010).

Este ejemplar abre con un artículo que estudia las distintas maestrías en comunicación que se pueden cursar actualmente en México y analiza sus diferentes perfiles de producción y reproducción académica. Por otra parte, la revista ofrece otros textos que abordan el consumo y los usos de la televisión en los mercados públicos de la ciudad de México; el papel de los medios en experiencias de globalización: mexicanos en Los Ángeles, audiencia transnacional y noticias de televisión; la concentración en el mercado de la televisión restringida en México; el teléfono celular y las aproximaciones para su estudio; una nueva propuesta metodológica para el análisis del discurso periodístico; y la concepción de Amin Maalouf sobre la identidad compuesta o multicultural en la época de las "tribus planetarias".

Comunicação & Política
www.cebela.org.br
(Río de Janeiro: Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos, vol. 28, No. 1, enero-abril de 2010).

Analiza la cobertura que la revista Veja hizo sobre el referéndum para el desarme celebrado en octubre de 2005, así como el nuevo marco de regulación de las comunicaciones a partir de las recomendaciones del informe redactado por la subcomisión especial creada por el Congreso Nacional brasileño. La publicación presenta, además, un dossier sobre América Latina en el que se analizan las limitaciones y contradicciones de la ciencia positivista basada en los principios de la mecánica newtoniana y se aboga por la necesidad de construir un nuevo instrumental teórico-metodológico a partir del legado del pensamiento social latino-americano. Por otro lado, se debate en torno al concepto de América Latina y las implicaciones sociales, políticas e ideológicas de los procesos de colonización europea, el sincretismo religioso y cultural como forma de resistencia política, o las contribuciones de Reinhart Koselleck como herramienta de análisis metodológico para el contexto latino-americano. Finalmente, este ejemplar contiene un especial sobre la emergencia de China en la economía mundial.

CC BY NC ND

Diálogo Político
www.kas.org.ar
(Buenos Aires: Konrad-Adenauer-Stiftung, año 27, No. 2, junio de 2010).

Esta entrega cuenta con un dossier en el que se estudian y analizan algunas de las reformas electorales acaecidas recientemente en diversos países latinoamericanos. El monográfico se inicia con dos escritos en los que, por una parte, se reflexiona sobre la insuficiencia de la representación política y las nuevas instancias de participación democrática y, por otra parte, se subraya, pese a los cambios llevados a cabo, la deficiencia de los sistemas de representación. Otros textos que conforman el monográfico tratan sobre los procesos constituyentes andinos: de Colombia a Bolivia (1990-2009); la última reforma electoral aprobada por el Congreso argentino a propuesta del Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner; o los intentos de reforma política en Brasil realizados durante la presidencia de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) y de Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2010).

Diálogos de la Comunicación
www.dialogosfelafacs.net
(Lima: FELAFACS, No. 81, abril-junio de 2010).

Bajo el título de *Medios y conflictos en Iberoamérica. Más allá de los enfoques políticos*, este número ofrece diferentes artículos que tratan, entre otras cuestiones, sobre comunicación y desarrollo: aporte de las relaciones públicas en el desarrollo comunitario; la construcción de lo real: medios y democracia en Venezuela; los conflictos en la escena televisiva; el tratamiento de la pobreza en la prensa argentina; la comunicación como herramienta de gestión territorial; los conflictos sociales y su espectacularización como estrategia para aumentar los índices de audiencia; diarios y conflictos: montaje escenográfico del Mercosur; los públicos de interés en la gestión de conflictos sociales y laborales; la prensa gráfica y sus mecanismos de legitimización: un análisis de dos huelgas antes y después del auge neoliberal en Argentina; o comunicación y conflictos socioambientales en Perú: radios educativas y comunitarias en la encrucijada.

Europa: El futuro de la prensa escrita

Comunicaçao e Sociedade
www.cecs.uminho.pt/journal
(Braga: Universidade do Minho, vol. 16, 2009).

Comunicación, argumentación y retórica es el título genérico de esta entrega, que cuenta con un sustancial número de artículos que abordan esta cuestión desde diferentes perspectivas: pública, cultural, persuasiva y contextual. Algunos de los textos que se pueden leer tratan sobre argumentación y metáfora en el discurso político; opinión, argumentación y persuasión en el marco de una racionalidad sociológica: “el poder del discurso”; el vasto y

Fundación Telefónica
Telefónica

tenaz imperio de la retórica en la idealización, materialización y análisis de los mensajes publicitarios; persuasión y propaganda: los límites de la retórica en la sociedad mediatizada; o representaciones sociales de la argumentación. Este número también incluye un escrito en torno al lenguaje periodístico y la producción del sentido y otro relativo a las tendencias y dinámicas del mercado de los *media* en Portugal.

European Journal of Cultural Studies
http://ecs.sagepub.com/
(Londres: Sage Publications, vol. 13 No. 3, agosto de 2010).

Presenta los resultados de una investigación sobre las reacciones de una muestra de mujeres inglesas que asisten al cine con sus bebés, haciendo especial hincapié en las sensaciones que les produce el visionado de una película acompañadas por sus recién nacidos. Otros artículos que contiene este número tratan sobre la forma en que en Francia se leyó la interpretación de la sexualidad femenina ideal americana a través del prisma de Marilyn Monroe como icono de limpieza y modernidad; las transformaciones de la imagen del televisivo cocinero Jamie Olivier desde su debut como el "chef desnudo"; la web *MyFootballClub* como nueva experiencia en línea para los aficionados al fútbol; el movimiento de alfabetización mediática y el debate entre los enfoques liberales y radicales; y la cultura de la celebridad y el nacimiento de una nueva categoría de notoriedad o visibilidad pública de fama, feminidad y clase social.

The International Communication Gazette
http://gaz.sagepub.com
(Londres: Sage Publications, vol. 72, No. 4-5, junio de 2010).

Critica la escasez de investigaciones sobre la comunicación como derecho fundamental y sostiene la necesidad de crear un marco jurídico para hacer frente a los desafíos que plantea la educación en medios en la era digital. Por otra parte, examina las barreras de género en los procesos deliberativos de la esfera pública y argumenta que una democracia participativa no es factible sin la inclusión igualitaria de las voces de las mujeres en condiciones similares a sus pares masculinos. Otros textos que contiene este ejemplar hablan sobre la evolución de los estándares normativos de la comunicación como un derecho humano en el contexto transnacional; el tratamiento mediático de los discapacitados; el derecho a ser comprendido y su aplicación en las intervenciones destinadas a promover la inclusión social y la participación económica; las características más importantes del derecho a la libertad de expresión y de información en el marco del sistema europeo de derechos humanos; y lengua, cultura y derechos a la comunicación de las minorías étnicas surafricanas.

Journalism Studies
http://www.tandf.co.uk/journals/rjos
(Cardiff, RU: Taylor & Francis Group / European Journalism Training Association, vol. 11, No. 4, 2010).

Reflexiona sobre al estado de la prensa en Estados Unidos y el futuro de las ediciones impresas, así como sobre el impacto de la crisis económica en el periodismo norteamericano

Fundación Telefónica
Telefónica

y británico y la necesidad de establecer nuevas dinámicas de producción. Además, este número ofrece otros escritos que abordan cuestiones como el periodismo sensacionalista popular; la producción de noticias en el paisaje *cross-media*; la transparencia informativa en los principales diarios en línea de EEUU, Reino Unido y Suecia; el futuro de las revistas de información general (*Time, Newsweek, L'Express, Le Nouvel Observateur, Sábado* y *Visão*); o las elites del periodismo en la Rumanía post-comunista.

Nordicom Review
http://www.nordicom.gu.se
(Göteborg, Suecia: NORDICOM, Göteborg University, vol. 31, No. 1, 2010).

Incluye artículos que tratan el proceso de comunicación *on line* a través de las *webcam*, especialmente entre los jóvenes; la publicidad turística en Dinamarca y el concepto de "paraíso"; la influencia de la televisión en el conocimiento sobre el fenómeno de la inmigración; el deporte televisado: autonomía, competencia y relaciones en las transmisiones de balonmano danés; el discurso nacional finlandés en la era de la globalización; los eventos de crisis y su tratamiento en los medios de comunicación audiovisual; el uso de la metalepsis como dispositivo argumentativo y retórico en el discurso mediático; el futuro de la televisión de pago; y la comunicación organizacional y los sistemas de gestión de conflictos.

América del Norte: Efectividad publicitaria

Discourse & Society
http://das.sagepub.com
(Thousand Oaks, CA: Sage Publications, vol. 21, No. 4, julio de 2010).

Analiza el discurso laborista sobre la globalización, a partir de un estudio cuantitativo y cualitativo de textos producidos entre 1994 y 2007. Por otra parte, incluye artículos que abordan cuestiones como la legitimación de las masacres israelíes en los libros de texto de historia de secundaria publicados entre 1998 y 2009; análisis crítico del discurso: un estudio de caso sobre la independencia escocesa; argumentación, retórica y semántica en la información sobre derechos humanos; y las estrategias de auto-presentación de gran alcance en los discursos públicos de las jugadoras de tenis femenino.

Human Communication Research
www.blackwellsynergy.com
(Washington DC: International Communication Association / Blakwell Publishing, vol. 36, No. 3, julio de 2010).

Aporta los resultados de un meta-análisis mediado por ordenador y destinado a disminuir los riesgos de contraer el sida y mejorar las actitudes en relación con el uso de condón. Otros textos que conforman este número tratan acerca de las competencias de comunicación a

BY NC ND

través del teléfono móvil: uso, preferencia, eficacia, etc.; la influencia de la edad en las preferencias de contenidos televisivos; o la detección del engaño.

The Journal of Advertising
www.mesharpe.com
(Armonk, NY: M.E. Sharpe Inc. / American Academy of Advertising, vol. 39, No. 2, Verano de 2010).

Presenta los resultados de una investigación destinada a proporcionar una comprensión más profunda de los conceptos de "venta suave" y "venta dura", así como a validar un método de medición de los recursos publicitarios en función de estas dos categorías. Además, incluye estudios sobre cómo las diferentes formas de enmarcar los mensajes CRM (*Marketing con causa*) en la publicidad y la orientación de los consumidores puede alterar el éxito de una campaña; una perspectiva interdisciplinaria sobre la polisemia de la publicidad. Por otra parte, se ofrecen las conclusiones de dos experimentos que prueban la capacidad de persuasión de los anuncios que prometen la experiencia versus la capacidad de persuasión de los anuncios que prometen beneficios funcionales; las reacciones de los consumidores a la utilización de un símbolo religioso cristiano en la publicidad; un modelo para medir la creatividad publicitaria en Corea; y la transferencia de la imagen que se produce por casualidad entre dos marcas de patrocinadores del mismo evento al mismo tiempo.

Journal of Communication
www.blackwellsynergy.com
(Washington, DC: International Communication Association / Blackwell Publishing, vol. 60, No. 3, septiembre de 2010).

En este número se evalúa la credibilidad de las fuentes y la información almacenada en Internet, así como la relación entre la cobertura de los medios de comunicación en tiempos de guerra y la formación de la opinión pública sobre el uso de la fuerza por parte de EEUU. Este ejemplar se completa con otros textos que versan sobre comunicación intercultural y símbolos norteamericanos; los patrones de uso del teléfono móvil en la participación ciudadana y política; la relación entre la exposición selectiva partidista a los medios de comunicación; y la polarización política y la presentación del *Symbiotic Sustainability Model* (SSM) para explicar a un nivel macro las relaciones entre las ONG y las empresas privadas.

Fundación Telefónica
Telefónica