Publicaciones internacionales recientes. El derecho a la información

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

EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

El desarrollo de la Web 2.0 ha favorecido la consolidación de potentes canales de participación ciudadana. Las redes sociales son, sin duda, el principal exponente de esta nueva realidad y la influencia de lo que en ellas se vierte es cada vez más acusada en ámbitos como la política, el periodismo o la publicidad. Sin embargo, el acceso a estos nuevos medios es todavía muy limitado, al igual que también lo es, en no pocos países, el derecho a la información o el derecho a la libertad de expresión. Las actuaciones de los gobiernos en materia de comunicación, especialmente en América Latina, minan las expectativas de avanzar en este terreno -como se encargan de poner de manifiesto buena parte de las aportaciones que conforman las últimas ediciones de las revistas especializadas-, al tiempo que evidencian una vez más las deficiencias de las democracias instauradas en aquella región del mundo.

A esta inquietud de los analistas se une la que, desde diferentes perspectivas, genera Internet. Así, en esta entrega aparece un significativo número de contribuciones en las que se a, entre otras cosas, sobre la expansión del plagio entre los estudiantes universitarios como consecuencia de la apropiación indiscriminada de la información almacenada en el cirberespacio, los problemas sicosociales derivados de un mal uso de la Red por parte de los jóvenes o el consumo abusivo de ciertos alimentos que potencian algunas páginas creadas por marcas que fabrican productos destinados a los niños.

América Latina: Educomunicación en la era digital

Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación
http://www.ciespal.net

Fundación Telefónica

Telefónica

(Quito: CIESPAL, No. 110, junio 2010)
Michèle y Armand Mattelart, pensadores, investigadores, militantes y fundadores de la investigación y las teorías críticas en comunicación en Latinoamérica, son los protagonistas de este número. Mediante una interesante colección de artículos, se estudian y analizan las contribuciones de los Mattelart tanto a la economía política de la comunicación como, especialmente, a la teoría crítica, al tiempo que se repasan las principales obras de los dos autores. La revista incluye, entre otros, artículos sobre información y violencia: un tema de salud pública; los retos pendientes en el periodismo de nota roja; la presencia e importancia en la prensa uruguaya del periodismo ambiental; Edgardo Pallero y su contribución al nuevo cine latinoamericano, y la radiodifusión en tiempos de cambio en Colombia.

Diálogos de la Comunicación
http://www.dialogosfelafacs.net
(Lima: FELAFACS, No. 82, septiembre-diciembre 2010).
Bajo el título *La información como derecho humano*, este nuevo ejemplar de Diálogos ofrece numerosos textos que tratan esta cuestión desde diferentes perspectivas y ámbitos. Entre otras aportaciones destacan, por ejemplo, poder y comunicación, una vulneración al derecho de acceso a la agenda de los medios; periodismo público-ciudadano: sobre el ejercicio del derecho a la comunicación e información en las organizaciones sociales; el derecho a la información y los nuevos paradigmas de la comunicación de masas; libertad cultural, globalización cultural y acción participativa; crisis de salud pública: el derecho de los ciudadanos a estar informados; derechoa la información y teoría democrática: algunos acercamientos. También se ofrecen artículos que abordan la situación de la información como derecho en distintos países, además de otros asuntos como las radios comunitarias en Argentina o la concentración mediática en Chile.

Facom: Revista da Facultade de Comunicaçao da FAAP
http://www.faap.br
(São Paulo: Fundação Armando Alvares Penteado, No. 22, primer semestre de 2010).
Abre con un texto titulado Trabajos universitarios: reflexiones sobre el tema de la responsabilidad, en el que se analiza la expansión del plagio entre los estudiantes como consecuencia del uso indiscriminado de la información almacenada en la Red. Otras investigaciones publicadas ahondan sobre la importancia del cuerpo y del aspecto físico en la comunicación interna de las empresas, el lenguaje escrito en Internet, la vida y la obra del cineasta Bernardo Mazzaropi; la importancia relativa del *marketing* y la propaganda en periodos de crisis y la necesidad de mantener la inversión en momentos de incertidumbre económica; el fundamento ontológico del ciberespacio y su metaverso; y la propuesta de debatesentre el hábito y la creatividad desde diferentes referencias como la semiótica de CS Peirce y la teoría de la creatividad de A. Koestler.

Interacción: Revista de Comunicación Educativa
http://interaccion.cedal.org.co
(Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, No. 51, junio 2010).
Comunicación y organización social, y Educación y comunicación, son los dos grandes ámbitos en los que se enmarcan la mayor parte de las aportaciones que se presentan en este número. Tras incluir un artículo a modo de introducción -el cual reproduce la conferencia del profesor Manuel Martín Serrano, que inauguró un Congreso Internacional sobre educación y

Fundación Telefónica
Telefónica

comunicación celebrado en 1988 en Ciudad de México-, se reflexiona sobre los nuevos horizontes de la educomunicación, la educación para la comunicación televisiva o los logros y los desafíos de la educomunicación desde la razón y la radio popular en las últimas tres décadas. Coincidiendo con la celebración de los 30 años del Cedal, otros escritos que contiene este ejemplar debaten sobre investigación participativa y redes sociales: bases para construir mejores comunidades; la comunicación como objeto de mercado; *Issues Management*: técnica de relaciones públicas, y etnoeducación y comunicación en contextos plurales: apuesta por un diálogo intercultural.

Revista Mexicana de Comunicación
http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/
(México DF: Fundación Manuel Buendía, año X, No. 121-122, mayo-junio/julio-agosto 2010).
Este ejemplar también dedica buena parte de sus páginas al derecho y el acceso a la información, prestando especial atención a la situación en México. Algunas de las cuestiones que se estudian en profundidad son, entre otras, las siguientes: La Ley de Transparencia del estado de Puebla: rezagos, logros y asignaturas pendientes; la cultura de la legalidad, la transparencia y la rendición de cuentas; evaluación de las legislaciones sobre transparencia; lenguas, lenguajes e identidades, o comunicación de políticas públicas. El número se completa con otros escritos que hablan sobre las tendencias mundiales de Internet; el periodismo político; el ejército y la comunicación social, y el origen del nuevo periodismo en América Latina.

Europa: Participación ciudadana

Media, Culture & Society
http://mcs.sagepub.com
(Londres: Sage Publications, vol. 32, No. 6, noviembre 2010).
Estudia la situación de los periódicos escritos en hindi y analiza la adaptación y reconfiguración de sus contenidos en plena globalización. Por otra parte, incluye un artículo en el que se examina el papel de las estructuras de poder local -alianzas entre políticos y empresarios locales- en las relaciones gobierno-medios de comunicación en China, así como otros textos sobre la presencia mediática de los políticos frente a los expertos en las elecciones danesas de 1994, el acceso a los medios de comunicación y las entrevistas con las élites en las sociedades autoritarias a partir de las políticas programáticas de *Al Jazeera*, la traducción en las noticias de televisión como importante recurso para fomentar el contacto intercultural,y el impacto de la participación de los ciudadanos a través de la radio en los actores políticos.

New Media & Society
http://nms.sagepub.com
(Londres: Sage Publications, vol. 12, No. 7, noviembre 2010).
Reflexiona en torno al concepto de etnografía conectiva (digital), prestando especial atención al papel que en este terreno desempeñan las redes sociales, así como sobre los contenidos

Fundación Telefónica
Telefónica

periodísticos en línea y la gama de ideas, conocimientos y temas que generan. Otros artículos que pueden leerse en esta entregaversan sobrelas limitaciones de las investigaciones en relación con el consumo de periódicos a través de Internet, la construcción de la identidad de uno mismo a través de MySpace o un nuevo marco para la evaluación y el análisis de los foros políticos en línea.

Nordicom Review
http://www.nordicom.gu.se
(Göteborg, Suecia: NORDICOM, Göteborg University, vol. 31, No. 2, 2010).
Presenta los resultados de una investigaciónsobre las imágenes del futuro en la industria de medios de comunicación noruegos en los primeros años del siglo XXI e identifica cinco tendencias clave: personalización de contenidos, contenidos generados por los usuarios, multimedia, *cross-media*, y movilidad. Por otra parte, analiza el tratamiento mediático de las masacres producidas en las escuelas finlandesas de Jokela (2007) y Kauhajoki (2008), el tratamiento de la información internacional por parte de dos canales noruegos de televisión, *NKR* y *TV2*, claramente dispares en cuanto a titularidad y sistema de financiación, la representación de África en los medios de comunicación de los países del Norte, la influencia de los periodistas de televisión en los resultados electorales de los comicios noruegos de 2005, las actitudes hacia la publicidad política en Suecia, los ideales y los valores entre los estudiantes de periodismo rusos y suecos, y el ambiguo estatus de la comunicación estratégica en el mundo académico y profesional.

Problemi dell'Informazione
http://www.mulino.it/rivisteweb
(Bolonia: Il Mulino, vol. XXXIV, No. 1-2, marzo-junio 2010).
Contiene una extensa aportación que analiza la situación actual de la comunicación y la información en Italia, haciendo especial incidencia en los aspectos más estructurales, sobre todo en cuanto a propiedad y capital. Por otra parte, reflexiona sobre las mentiras y las verdades del periodismo en la Italia berlusconiana, las ayudas oficiales públicas y las paradojas del periodismo político. Este ejemplar ofrece, además, un pequeño dossier que estudia la situación de los periodistas italianos amenazados por la mafia y apunta las propuestas de Alberto Spampinato, director del proyecto *Oxígeno para la prensa*, destinadas a proteger, precisamente, a este colectivo. Por otra parte, también se debate en torno a las diferentes formas de amenazas que padecen los profesionales de la información en el país mediterráneo.

The Radio Journal
http://www.intellectbooks.co.uk
(Bristol: Intellect Limited, vol. 8, No.1, octubre 2010).
A partir del estudio del desarrollo de la radio comunitaria en Tailandia, se constata que este movimiento representa un paradigma en la formación de las nuevas comunicaciones, al tiempo que se advierte que la radio es un vehículo de expresión y presión cada vez más utilizado por las comunidades marginadas. En esta misma línea, este número presenta otro artículo en el que se analiza la reemergencia de la radio clandestina en la posindependencia de Zimbabwe y cómo se ha convertido en una herramienta importante para la difusión de puntos de vista alternativos en un entorno en que se restringe el espacio de comunicación democrática. Otros textos consultables en este ejemplar tratan sobre el fenómeno de la radio pirata en Grecia durante la década de 1980 y las relaciones entre los medios de comunicación y las industrias

Fundación Telefónica
Telefónica

musicales en aspectos como la construcción de nuevos formatos para las radios comerciales, la investigación de audiencias y la producción musical.

América del Norte: Publicidad, política y redes sociales

Critical Studies in Media Communication

http://www.natcom.org

(Washington, DC: National Communication Association ; Taylor & Francis Group, vol. 27, No. 5, diciembre 2010).

Contiene un artículo en el que se estudian las prácticas de algunas empresas de alimentos para niños a través de sus páginas web (como las de cereales endulzados Frootloops.com y Luckycharms.com), en las que incluyen productos interactivos y juegos digitales que potencian un consumo abusivo. Otras cuestiones que se abordan en este número hacen referencia al Programa de Instrucción Televisiva Aerotransportada (Mpati) desarrollado en seis estados del Medio Oeste norteamericano entre 1959 y 1971, o la revista cristiana *Citizen* (Ciudadano) y su visión sobre los medios de comunicación y la cultura visual.

Human Communication Research

http://www.blackwellsynergy.com

(Washington DC: International Communication Association / Blakwell Publishing, vol. 36, No. 4, septiembre 2010).

Examina la interacción entre los vídeos de los anuncios de servicios públicos antimarihuanapresentes en YouTube y los mensajes adyacentes escritos por otros televidentes de esos vídeos, así como la influencia de la autoafirmación en el procesamiento de los mensajes de salud antitabaco. Además, presenta los resultados de otras investigaciones sobre uso inapropiado de Internet, tiempo de exposición y problemas sicosociales, la heterogeneidad y la tolerancia social en la Red entre los adictos a los juegos *on line* en Japón, y las dimensiones del liderazgo y de la influencia social en las comunidades virtuales.

Journal of Advertising Research

http://www.jar.warc.com

(Nueva York, NY: World Advertising Research Center, vol. 50, No.3 septiembre 2010).

Cuenta con una investigación en la que se analizan las formas en que las empresas utilizan las redes sociales en línea para interactuar con sus clientes y se apuntan las fórmulas que dan mejores resultados. Por otra parte, incluye artículos sobre la teoría de la Netnografía y su práctica en el *marketing* digital, las plataformas de medios y la eficacia de los puntos de venta de mensajería y *gateways*, las estrategias de la publicidad antitabaco dirigida a los jóvenes estadounidenses y mexicanos, el desarrollo de un instrumento de medición de la interactividad de los sitios web de las marcas, los problemas legales de los colores que corporativos de las marcas y los resultados del nuevo modelo para la evaluación de los medios de comunicación.

Mass Communication & Society

Fundación Telefónica
Telefónica

http://www.erlbaum.com
(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates; Mass Communication & Society Division of AEJMC, vol. 13, No. 5, noviembre-diciembre 2010).
Dedica un especial a la campaña electoral de 2008 en Estados Unidos y el papel que desempeñaron los nuevos medios, especialmente las redes sociales. Entre otros aspectos, analiza la importancia adquirida por la web participativa *MoveOn.org* (Democracia en acción), el cinismo político en la era de Facebook, MySpace y YouTube o los contenidos generados por los usuarios de las páginas de los grupos políticos en Facebook. Por otra parte, este número aglutina artículos sobre los efectos percibidos y las preferencias de voto a través de la propaganda electoral con motivo de las elecciones al gobernador de Ohio en 2006, y cine documental y ética: conceptos, responsabilidades y necesidad de una investigación empírica.

Public Opinion Quarterly
http://www.aapor.org
(Evanston, IL: American Association for Public Opinion Research, vol. 74, No. 4, invierno de 2010).
Estudia las imperfecciones que presenta la *American National Election Studies* (NES) y la necesidad de recalibrar los datos que arroja la citada encuesta. Contiene otros textos sobre las relaciones entre la edad y las actitudes políticas en EEUU desde 1984 hasta 2008, la percepción, muchas veces distorsionada, de los tamaños de la población inmigrante y las minorías en Europa y sus consecuencias para las relaciones entre grupos, y la influencia de la actividad del Congreso (evaluación del rendimiento) en la decisión de los votantes para las elecciones a la cámara norteamericana. Este número cuenta también con un artículo en el que se analizan las tendencias de opinión pública en Taiwan entre 1992 y 2008.

Fundación Telefónica
Telefónica