

# Publicaciones internacionales recientes

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

## COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Las redes sociales se están convirtiendo en unas potentes herramientas de comunicación que superan con creces los objetivos con las que fueron creadas, consagrándose como auténticas plataformas de participación e interacción capaces de movilizar a importantes sectores de población y poner en jaque a gobiernos e instituciones. Las revoluciones acontecidas a principios de 2011 en los países árabes y las concentraciones de la llamada *spanish revolution* son un buen ejemplo del poder de unos instrumentos de comunicación que, dada su transcendencia política, económica, social y cultural, atraen el interés de los investigadores y de las publicaciones. En esta ocasión, se estudia, incluso, el uso de las redes sociales por parte de la Iglesia, al tiempo que se reflexiona sobre el éxito alcanzado por Facebook -a la que se llega a calificar como la reina de las redes- y Twitter. También son significativas las aportaciones que analizan los contenidos generados por los usuarios a través de los medios antes citados y su influencia sobre la marca y la comunicación corporativa.

Junto con el uso y la extensión de las redes sociales, la convergencia mediática y sus consecuencias vuelven a ocupar las páginas de las revistas especializadas, aunque en esta entrega se abordan mayoritariamente aspectos relacionados con la producción y la concepción de espacios interactivos en Internet -como complemento a los programas de radio y televisión-, que buscan, sobre todo, la implicación de los receptores.

## América Latina

## Juventud y cambio social



## **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación**

[www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

(Quito: CIESPAL, núm. 112, diciembre de 2010).

Contiene un monográfico que, con el título Comunicación y Pastoral, agrupa diferentes artículos sobre la relación de la Iglesia con las tecnologías avanzadas de la comunicación. Entre estas aportaciones destacan las siguientes: Del rechazo a los medios al uso de las redes sociales, TIC y comunicación de valores éticos para la sociedad; el cine que nos inspira y alienta (con un repaso a la representación de Jesús y las figuras crísticas en el cine); cultura digital en clave de comunión (el mensaje a través de la red); del púlpito a las redes sociales; y desafíos para una pastoral de la comunicación. Por otra parte, este ejemplar ofrece otros escritos que tratan sobre el texto opinativo como expresión de subjetividad en los blogs; Chávez versus medios ¿una batalla simbólica?; la gestión de la conversación mediática y la reputación *on line*; periodismo migrante y construcción de la colectividad paraguaya en Argentina; y transformación de la relación docente-estudiante en el proceso de aprendizaje.

## **Interacción: Revista de Comunicación Educativa**

<http://interaccion.cedal.org.co>

(Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 52, marzo de 2011).

Bajo el epígrafe Educación y tecnología, la revista abre con una aportación que teoriza sobre el concepto de cultura digital y con una lectura crítica a la masificación de Internet a propósito del Plan Nacional TIC "Vive Digital" 2010-14 impulsado por el Gobierno colombiano. Este número ofrece otros artículos que versan sobre el valor comunicativo del silencio y la política en Cartagena de Indias vista por los jóvenes y adolescentes, al tiempo que reflexiona en torno a las consecuencias del fenómeno de La Niña, las infraestructuras del país y la educación medioambiental.

## **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**

<http://www.portalintercom.org.br/>

(São Paulo: INTERCOM, vol. 33, núm. 2, 2010).

Presenta un estudio sobre Juventud, comunicación y cambio social: negociación, navegación y narración de la vida de los jóvenes en una realidad *glocal*. Por otra parte, esta entrega incluye artículos que estudian, entre otros asuntos, los textos preparados por expertos y asesores, a finales de los años 1970, para la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación (Unesco); los impases de la lusofonía en el mundo globalizado; la comunicación y los procesos de *rurbanización* (mezcla de rural y urbano); los proyectos de la Fundación Casa Grande en el ámbito de la producción cultural y mediática desarrollados con niños y jóvenes de la ciudad de Nova Olinda (estado de Ceará); la cultura, la contracultura y la nación desde la óptica del movimiento musical Tropicalia; la comunicación y el imaginario: una propuesta metodológica; los formatos de anuncio publicitario en la radio: propuesta de clasificación de los diferentes tipos de testimonios; o los contenidos generados por el consumidor: reflexiones sobre su apropiación por la comunicación corporativa.

## **Revista Mexicana de Comunicación**

[www.mexicanadecomunicacion.com.mx/](http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/)

(México DF: Fundación Manuel Buendía, año XXII, núm. 123, septiembre-octubre de 2010).

Ejemplar dedicado a los nuevos medios y especialmente a Facebook, a la que califica como la

reina de las redes sociales. Entre otros aspectos, aborda esta cuestión desde diversas aproximaciones: Redes sociales virtuales en la esfera pública; el origen de Facebook como iniciativa juvenil; el nuevo nicho civilizatorio del ciberespacio; la *twittosfera* mexicana; el valor creativo de Facebook; los riesgos de compartir información: Facebook, 10 puntos alarmantes en sus políticas de privacidad; y el universo virtual de Facebook: mirador europeo. Esta entrega cuenta igualmente con textos que versan sobre el escritor mexicano Carlos Monsiváis y su relación con la academia; Sartori: el nuevo iconoclasta; Mujeres periodistas; o libreta de apuntes: hacia un *Ombudsman* de los informadores

### **Zócalo: Comunicación, Política y Sociedad**

[www.laneta.apc.org/zocalo](http://www.laneta.apc.org/zocalo)

(México DF: *Proyectos Alternativos de Comunicación*, año XI núm. 135, mayo de 2011).

Incluye diferentes artículos relacionados con los comicios locales celebrados en julio pasado en seis estados mexicanos: Comunicación política, medios y elecciones; las elecciones que vienen: D.F., acción en defensa de los partidos locales; y comunicación política: escenario de la socialización mediática. La revista también se hace eco de la guerra abierta entre las principales empresas de telecomunicaciones mexicanas, con diversas aportaciones que abordan la sanción impuesta a Telecel-CFC, cuestionan las políticas públicas existentes en relación con este sector, y reflexionan sobre la alianza de *Televisa* y *TV Azteca* para manejar la empresa *Iusacell*.

### **Europa**

#### **Persistencia de la literatura impresa**

### **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**

<http://con.sagepub.com/>

(Londres: *Sage Publications*, vol. 17, núm. 1, febrero de 2011).

Analiza las formas contemporáneas de la intertextualidad *cross-media/cross-platform* y las estrategias de promoción en línea, a través de un estudio de caso de la serie estadounidense *True HBO*. Por otra parte, incluye artículos que tratan sobre los medios de comunicación, la mitología y la morfogénesis; las adaptaciones de *Alicia en el país de las maravillas*, de Lewis Carroll; la generación de contenidos en Internet por parte de los adolescentes y la creación de productos culturales; la interacción del cine con otros medios a partir de un estudio sobre el impacto de la película *Cloverfield*; y el sitio web *Qidian*, donde se publica literatura original y se fomenta el uso de las redes sociales como estrategia de mercado.

### **Media, Culture & Society**

<http://mcs.sagepub.com>

(Londres: *Sage Publications*, vol. 33, núm. 4, mayo de 2011).

Reflexiona sobre el poder y la persistencia de la literatura impresa en un mundo electrónico y absolutamente digitalizado. Este ejemplar también ofrece otros estudios que hablan sobre el trabajo creativo en red en la industria televisiva independiente británica; la etnografía de la televisión a través de Internet; la construcción discursiva de la identidad nacional en el norte de Chipre y las prácticas para movilizar a los lectores de prensa en torno a ciertos



imaginarios nacionales; y los valores sociales que se destacan en las noticias sobre famosos que aparecen en los medios de comunicación impresos.

### **Problemi dell'Informazione**

[www.mulino.it/rivisteweb](http://www.mulino.it/rivisteweb)

(Bologna: Il Mulino, vol. XXXV, núm. 4, diciembre de 2010).

Incluye un dossier sobre el estado de la profesión periodística en Italia, en el que se pone de manifiesto la precariedad y la fragmentación por la que pasa actualmente. Por otro lado, contiene un artículo en el que se debate sobre la influencia de la crisis en la Europa de los medios de comunicación, así como otros textos que analizan cuestiones como las limitaciones de la *Wikipedia* y la microfísica de la teoría de la información ó la teoría del *frame* en el periodismo científico: el caso de la biotecnología. Este ejemplar concluye con la exposición de los primeros resultados de una encuesta piloto sobre el uso de la información a través de periódicos, sitios web y televisión.

### **The Information Society: An International Journal**

[www.taylorandfrancis.com](http://www.taylorandfrancis.com)

(Abingdon, RU: Taylor & Francis Group, vol. 27 núm.3, 2011)

Reflexiona sobre el enfoque econométrico para cuantificar la tipología sociodemográfica de la brecha digital, la identidad nacional y el estado del bienestar informativo a través de la comparativa de los casos de Turquía y Malasia. Por otra parte, estudia cómo el uso de los teléfonos móviles entre los pescadores en Kerala (India) influye en la ecología cultural de esta comunidad. Finalmente, ofrece un nuevo enfoque sobre la noción de la Web 2.0 (roles sociales, de producción, valores) basado en el análisis de un portal sobre Derechos Humanos.

### **The International Communication Gazette**

<http://gaz.sagepub.com>

(Londres: Sage Publications, vol. 73, núm. 3, abril de 2011).

En este número se examina, entre otros temas, cómo la asociación entre los organismos de radiodifusión de servicio público (RSP) europeos intenta dar respuesta a la globalización y las transformaciones en el sector de los medios a través de estrategias de programación y nuevos canales de televisión; la propaganda de posguerra como un instrumento de contención del nacionalismo militante británico en Nigeria, 1945-1960 presentándola como acciones de relaciones públicas; o las posibles diferencias entre la cobertura en inglés o en árabe que del conflicto de Al-Qaeda/EE.UU realiza *Al-Jazeera on line*. Además, el ejemplar ofrece una investigación sobre los patrones de búsqueda de Internet y otra sobre las relaciones parasociales (ISP) que los lectores de diferentes culturas han desarrollado sobre Harry Potter.

## **América del Norte**

### **Nuevas aportaciones para la investigación cuantitativa**

### **The Communication Review**

<http://www.tandf.co.uk>



(Philadelphia, PA: Taylor & Francis Group, vol. 14 núm. 1, 2011).

La “gente común” como sujeto de recepción a través del estudio de dos programas de participación radiofónica y televisiva del norte de Bélgica es uno de los temas destacados en este volumen. Por otra parte, se presentan dos artículos, uno sobre el acto cotidiano de hacer clic en “actualizar” como compromiso ético con los interlocutores virtuales y otro sobre la creación de una estética de la esfera pública a través de dos programas de entretenimiento (*talent show*) en China.

### **Public Opinion Quarterly**

<http://poq.oxfordjournals.org/>

(Evanston, IL: American Association for Public Opinion Research, vol. 75 núm. 1 primavera de 2011).

Aporta un trabajo sobre cómo pueden influir la inclusión de imágenes para complementar las preguntas de las encuestas, además de otros estudios sobre la información política como variable que determina el comportamiento político general, el análisis del flujo y reflujo de las noticias de la guerra en la primera página de *The New York Times* y su relación con cambios en los niveles de las ayudas públicas nacionales para los principales conflictos militares estadounidenses desde 1950 hasta el presente, y una alternativa a la tasa de respuesta para la medición en las encuestas.

