Publicaciones internacionales recientes. Estudios sobre los Juegos Olímpicos

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

Los aspectos más estrictamente comunicativos de los Juegos Olímpicos celebrados en Londres generarán, como habitualmente sucede, el desarrollo de investigaciones de distinta índole, pero que sin duda abarcarán, entre otros temas, desde el uso de las redes sociales durante las competiciones hasta el grado de creatividad e innovación que impregnó las ceremonias de apertura y clausura. Precisamente, y coincidiendo con la cita deportiva de la capital británica, *Mass Communication & Society* lanza un monográfico titulado Juegos Olímpicos, Medios y Sociedad en el que se publican, entre otros, diferentes estudios sobre Pekín 2008 y donde se puede leer, incluso, hasta un análisis de la hibridez del discurso político del Gobierno chino en la ceremonia inaugural.

Y hablando de deportes, la publicidad, que no deja de ser un fiel aliado de los grandes eventos internacionales, cobra especial relevancia en esta entrega de las revistas especializadas en comunicación. En esta ocasión, se profundiza sobre todo en cuestiones de imagen, con investigaciones en torno a la representación de lo masculino y lo femenino en los anuncios de perfumes, los estereotipos masculinos predominantes en los spots, la influencia del cine en la publicidad televisiva, o la repercusión que tiene en las ventas la publicidad en la que participan famosos.

Otros tópicos que vuelven a aparecer con fuerza son, por una parte, la utilización de las redes sociales entre los jóvenes y, por otra, la comunicación empresarial e institucional.

América Latina: Comunicación y medio ambiente

Comunicación y Sociedad

http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc

(Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, nueva época, No. 18, junio-diciembre de 2012).

Fundación Telefónica

Telefónica

Incluye un escrito sobre televisión y producción de interacciones comunicativas que reflexiona, básicamente, sobre la 'condición comunicacional' contemporánea, medida más que nunca por la tecnología, el mercado y la producción de contenidos de entretenimiento. Otros estudios que contiene este ejemplar tratan de la irrupción del sonido y la explosión de las imágenes: una mirada al desarrollo histórico de la radio y la televisión en Jalisco (1920-1960); la transformación del sistema mediático chino (1979-2009): del modelo de propaganda a la prensa comercial; y la publicidad infantil en la televisión chilena. La revista se completa con una evaluación del papel desempeñado por los medios informativos en las elecciones de 2009 en Monterrey (México), un análisis de la relación entre música y culturas juveniles a partir de la mediación de las redes sociales, y una investigación sobre la situación del periodismo en Puerto Rico y los retos a los que se enfrenta.

Eptic On Line: Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación

www.eptic.com.br

(São Cristovão, Brasil: Universidade Federal do Sergipe, vol. XIV, No. 1, enero-abril de 2012).

Bajo el título de Información, participación cívica y control de la gestión pública, este ejemplar ofrece un artículo en el que se analiza cada una de las variables citadas en las websites de las principales capitales brasileñas. Esta entrega estudia, también, la consolidación de un dominio compartido: Telefónica y Telecom en el mercado argentino de comunicaciones (1989-2011); las redes sociales y la participación política en la esfera pública; las políticas de ciencia y tecnología y los sistemas nacionales de innovación; el movimiento #foramicarla como plataforma de movilización política en la ciudad de Natal (Brasil); y el cantante, compositor y guitarrista brasileño Milton Nascimento como auténtica identidad cultural musical.

Interacción: Revista de Comunicación Educativa

http://interaccion.cedal.org.co

(Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, No. 54, junio de 2012).

Con motivo del día mundial de Internet, celebrado el 17 de mayo pasado, la revista abre con un texto que reflexiona en torno a la necesaria concienciación de la población en materia de riesgo y seguridad de la información y la comunicación en línea, especialmente entre mujeres y niñas. Otros escritos que contiene este número versan sobre la edu-comunicación en el marco de la cultura digital, ¿una convergencia ineludible?; el mensaje del Papa en la 46ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales (20 de mayo de 2012); la situación de la mujer en Colombia, con una aproximación a las localidades en las que se desarrolla el llamado Proyecto Cascada impulsado por el Cedal; Teología política ¿cómo hablar de Dios en la mediación de la praxis social; y Córdoba, 60 años sin integración.

Razón y Palabra

Fundación Telefónica
Telefónica

www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos

(Monterrey: Instituto Tecnológico Superior de Monterrey, No. 79, mayo-julio de 2012).

Contiene un amplio dossier sobre Comunicación y medio ambiente, con numerosas aportaciones sobre periodismo ambiental, sostenibilidad, prevención de riesgos y desastres, concienciación socio-ambiental, etc. El ejemplar presenta, además, otros tantos artículos que abordan, por ejemplo, el impacto de la tecnología en la comunicación empresarial; la mirada de la folkcomunicación hacia los conflictos interculturales en el terreno de la convergencia digital; la comunicación en la iglesia latinoamericana; la influencia del cine en la publicidad televisiva; las rutas hipertextuales e hipermediáticas del ciberperiodismo; Iberoamérica y la estrategia de cooperación luso-española en cultura y comunicación; música y materialidad discográfica en la era del acceso; la comunicación empresarial en redes sociales: el caso de las cinco mayores empresas españolas; o los escándalos de la corona española en la prensa digital y el futuro de la monarquía.

Europa: Políticas de inclusión social

Comunicaçao e Sociedade

http://www.comunicacao.uminho.pt/cecs

(Braga: Centro de Estudos de Comunicaçao e Sociedade, Universidade do Minho, vol. 21, 2012).

Bajo el título Género y heterosexualidad: discursos e imágenes en la publicidad y en los medios, este número incluye diferentes aportaciones que tratan, entre otras, cuestiones como la construcción de la imagen femenina en la propaganda; las representaciones del envejecimiento femenino en los medios brasileños; las imágenes femeninas y masculinas en los anuncios contemporáneos de perfumes; los estereotipos masculinos en los spots portugueses y brasileños; o género, guerra y políticas del cuerpo: un análisis crítico multimodal de la metáfora en la publicidad. La publicación ofrece, además, otros textos varios que hablan, por ejemplo, sobre pantallas en la sociedad audiovisual: edu-comunicación y nuevas competencias, o responsabilidad social de los medios en la construcción de una ciudadanía culturalmente inclusiva

Media, Culture & Society

http://mcs.sagepub.com

(Londres: Sage Publications, vol. 34, No. 5, julio de 2012).

Contiene un estudio en el que se analizan los programas de divulgación científica emitidos por la televisión gubernamental israelí entre 1968 y 1988, prestando especial atención al mítico *Tazpit*, un espacio de ciencia popular que alcanzó un gran éxito en la década de los 80 del

Fundación Telefónica
Telefónica

pasado siglo. Otras investigaciones que incluye este número se centran en temas como el tratamiento de las elecciones birmanas de 2010 llevado a cabo por la *Voz Democrática de Birmania* -la emisora en el exilio que emite desde Noruega-, y su contribución a la democratización del régimen militar que rige los destinos del país asiático; la evolución de los discursos feministas en la prensa británica y estadounidense entre 1968 y 2008, a partir del análisis de cerca de mil noticias; las capacidades de acceso a los medios de comunicación en el entorno digital y las políticas de inclusión social en Europa; la democratización de la comunicación en Argentina tras la ley integral de medios audiovisuales aprobada en 2009; y el desarrollo y las consecuencias de las nuevas infraestructuras de la información: el caso de las plataformas de *mashup*.

New Media & Society

http://nms.sagepub.com

(Londres: Sage Publications, vol. 14, No. 5, agosto de 2012).

Presenta los resultados de una investigación sobre el uso de Twitter durante la campaña electoral de 2010 en Suecia, así como los diferentes tipos de usuarios que interactuaron a través de la citada red social. Otras aportaciones que contiene este ejemplar profundizan, por ejemplo, en torno a la producción de contenidos pro-suicidio en Internet; el auge de los blogs, estudiado a través de la sociología constructivista, la comunicación y los estudios culturales; el potencial democratizador de Internet a partir del análisis de contenido de los vídeos más populares de noticias políticas producidos por los usuarios durante las elecciones norteamericanas de 2008 y su participación en el discurso público dominante; y el periodismo multimedia publicado en nytimes.com (*The New York Times*) entre 2000 y 2008.

Réseaux: Communication, Technologie , Société

www.editionsladecouverte.fr

(París, Francia: Editons La Découverte, No. 170, diciembre de 2011).

Ejemplar que abre con un monográfico sobre Actualidad y ciudadanía en la era digital, en el que se abordan cuestiones como los usos sociales del contenido de las noticias; la relación de los ciudadanos con la información política; el uso de Internet por parte de las clases sociales más altas, que sólo es aceptado como medio informativo preferido por una clara minoría; o el blog de Bondy (suburbio parisino muy conflictivo) como indicador de la transformación del espacio público. El número se completa con otras aportaciones, entre las que destaca un estudio sobre la formación en comunicación de los representantes sindicales franceses.

América del Norte: Investigación de mercados

Critical Studies in Media Communication

Fundación Telefónica
Telefónica

www.natcom.org

(Washington, DC: National Communication Association / Taylor & Francis Group, vol. 29, No. 3, 2012).

Incorpora un artículo que argumenta cómo la radio puede convertirse en un instrumento de gobernabilidad a través de su participación en las políticas sobre discapacidad. Asimismo, incluye aportaciones que van desde las batallas legales sobre la autoría corporativa y la gestión de la propiedad intelectual en Estados Unidos entre 1939-1942, hasta el uso de los sondeos en los medios informativos norteamericanos antes de la invasión de Irak, o los límites de las historias de interés humano como género periodístico en la prensa francesa.

Human Communication Research

www.blackwellsynergy.com

(Washington DC: International Communication Association / Blakwell Publishing, vol. 38, No. 3, julio de 2012).

Se incluyen varios trabajos que examinan las TIC y las dinámicas en las relaciones de amistad en el lugar de trabajo; la ambigüedad y la claridad como estrategias en la construcción de objetos (dibujos, fotografías, tablas de datos…) para la transmisión del conocimiento; los efectos del Motivo Inferido en las evaluaciones de la comunicación Anti-Acomodación; el análisis de las actitudes ambivalentes en el proceso de comunicación; y las representaciones de la *virtud moral* del entretenimiento.

Journal of Advertising Research

www.jar.warc.com

(Nueva York, NY: World Advertising Research Center, vol. 52, No. 2 2012)

Este número dedica parte de su espacio a rendir homenaje a Andrew Ehrenberg (1926-2010), pionero en la investigación de mercados. Además, el *Journal of Advertising Research* incorpora en esta edición diversos estudios que versan sobre la necesidad de que el espectador identifique la marca en la publicidad televisiva; el aumento de las ventas gracias al respaldo (Endorsements) de los famosos; cómo el número de opciones puede desmotivar a los consumidores digitales en la búsqueda del producto; o las nuevas propuestas para medir la visibilidad de los anuncios por parte de los consumidores.

Mass Communication & Society

www.erlbaum.com

BY NC ND

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates / Mass Communication & Society Division of AEJMC, vol. 15, No. 4, 2012).

Esta publicación dedica de forma monográfica su número a los Juegos Olímpicos, centrando la mayoría de sus estudios en las Olimpiadas de Pekín 2008. Se destacan aspectos tan dispares como el estudio de la acogida de la experiencia multiplataforma entre los fans y no fans del deporte, la hibridez del discurso político del gobierno chino en la ceremonia inaugural, cómo los medios de comunicación atribuyeron el éxito a los medallistas de oro estadounidenses y chinos, o cómo el clima de Pekín pudo influir negativamente en la cobertura periodística entre los cronistas estadounidenses.

Public Opinion Quarterly

www.aapor.org

(Evanston, IL: American Association for Public Opinion Research, vol. 76, No. 2, verano de 2012).

Entre otros, en este volumen podemos encontrar un estudio en el que se les pregunta a los norteamericanos si están dispuestos a sacrificar las libertades civiles para combatir el crimen o el terrorismo. Igualmente, se incluyen trabajos sobre la influencia de las diferencias idiomáticas y el modo de encuesta en el Plan de Salud Pública en China; cómo las actitudes del entrevistador, la personalidad y el comportamiento son predictivos del éxito en la consecución del contacto y cooperación de los hogares de una muestra; o las consecuencias del partidismo político estadounidense en las percepciones económicas.

Fundación Telefónica
Telefónica