Publicaciones internacionales recientes. Máxima creatividad, mínimos riesgos

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

La constante búsqueda de caminos creativos que respondan a una realidad comunicativa en la que la convergencia tecnológica ha abierto las puertas al desarrollo de nuevas estrategias de gestión y transmisión de los contenidos publicitarios parece chocar de frente con el miedo de los anunciantes a correr riesgos. Así, ahora que el *storytelling* se consagra como una de las formas que más adeptos gana en el terreno de la narrativa audiovisual, las reticencias de los clientes sigue impidiendo, por ejemplo, que en el campo de la comunicación radiofónica las necesidades de creatividad que reclama la publicidad exclusivamente sonora se vean cubiertas con formatos innovadores que rompan con las barreras que imponen los patrones actuales. En medio de esta encrucijada aparecen, no obstante, estudios que abordan la eficacia del humor en los textos publicitarios o que an sobre los beneficios de ofrecer dos marcas en el seno de un mismo mensaje.

En esta nueva entrega, las publicaciones especializadas en comunicación se hacen eco también de diferentes aspectos relacionados con otro conflicto importante: el derecho a disponer de la cultura común frente al derecho de autor. En el contexto actual, en plena era digital, aumentan las voces que defienden el derecho de copia, en un momento en el que, como sostiene el jurista argentino Ariel Vercelli, se está redefiniendo no solo aquello que se puede y no se puede hacer con los bienes y obras intelectuales, sino también lo que ocurre con la gestión de la cultura, sus industrias y la distribución de las riquezas humanas comunes.

AMÉRICA LATINA: EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación
http://www.ciespal.net
(Quito: CIESPAL, No. 123, septiembre 2013).
Bajo el título de ‘Usos sociales y políticas públicas para la era digital’, este número ofrece diferentes artículos que tratan sobre el derecho de copia: análisis y construcción del derecho humano a copiar y disponer de la cultura común; más allá de la fibra óptica, ¿qué es la Banda Ancha?; el origen y desarrollo de la Banda Ancha en Colombia (1998-2012); la radio, un salto de la web al móvil que pasa por las redes sociales; la radio digital terrestre desde la radio en la

Fundación Telefónica
Telefónica

Red; la crisis de credibilidad de la gestión institucional: hacia la generación de confianza en la era del ciberespacio; la narrativa transmedia a partir del análisis del activismo y las protestas de 2013 en Brasil; el *Newsmaking*: producción y circulación de las noticias; la tecnicidad como mediación; la violencia simbólica en las músicas ecuatorianas rocolera y tecnocumbia; y adultocentrismo y discurso periodístico: una representación de las personas jóvenes en la prensa de Costa Rica.

Comunicación y Sociedad
http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc
(Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, nueva época, No. 18, julio-diciembre-2012).
Reflexiona sobre la transformación del sistema mediático chino y la transición del modelo de propaganda al modelo comercial (1979-2009), al tiempo que incluye otros textos que versan sobre el desarrollo histórico de la radio y la televisión en Jalisco (1920-1960); un análisis de contenido de la publicidad infantil en la televisión chilena; televisión y producción de interacciones comunicativas; convergencia, emoción y crisis: los periodistas de Puerto Rico evalúan su campo en el siglo XXI; navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa, y el papel de los medios informativos en las elecciones de 2009 al Gobierno del estado de Nuevo León (México).

Comunicação & Educação
http://www.eca.usp.br/comueduc/
(São Paulo: Universidade de São Paulo, año XVII, No. 2, julio-diciembre 2012).
Presenta un texto que se pregunta si, en la sociedad de nuestros días, precisamos realmente de la educación para los medios, así como otros artículos que abordan diferentes asuntos: la comunicación científica en los espacios de educación no formales; la interpretación de representaciones visuales a partir de la imagen que proyecta la cantante Lady Gaga; educación para la comunicación televisiva; comunicación y prácticas de consumo, una relación innovadora en términos de programa de posgrado; el aumento general de interés por la *Media Education*; la telenovela como género perenne; juventud, radioescuela y ciudadanía: apuntes teórico-metodológicos; medioambiente: gestión pública y educomunicación, y las dimensiones de la telenovela en Portugal.

Eptic On Line: Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación
http://www.eptic.com.br
(São Cristovão, Brasil: Universidade Federal do Sergipe, vol. XV, No. 3, septiembre-diciembre 2013).
Ofrece un amplio dossier sobre derecho a la comunicación y la diversidad, con un estudio que trabaja la representación de la diversidad y la diferencia en las prácticas de comunicación popular a partir de la programación de las radios comunitarias de Fortaleza (Brasil), así como otros escritos que hablan, por ejemplo, de la visibilidad de la raza negra en la columna social del diario *Apalavra* (São Sepé, Rio Grande do Sul); ciudadanía, homosexualidad y comunicación; comunicación, juventud y diversidad, o de la comunidad virtual del Instituto Mídia Étnica, una organización de la sociedad civil que realiza proyectos para asegurar el derecho humano a la comunicación y al uso de las herramientas tecnológicas por parte de los grupos socialmente excluidos, sobre todo en la comunidad afrobrasileña.

Fundación Telefónica
Telefónica

Razón y Palabra
http://www.razonypalabra.org.mx
(Monterrey: Instituto Tecnológico Superior de Monterrey, No. 84, septiembre-noviembre 2013).
Número dedicado al tratamiento del cambio climático en los medios. Ofrece diferentes artículos que profundizan en esta temática, entre los que se encuentran, por ejemplo, los siguientes: Aproximación a la construcción interdisciplinar de un nuevo paradigma. Comunicación, cambio climático y crisis sistémica; propuestas de soluciones en la comunicación del cambio climático; la construcción social de las soluciones al cambio climático en la prensa argentina; la influencia de las agencias internacionales de noticias en la cobertura de los efectos y las soluciones del cambio climático; o el valor de las noticias sobre el clima en el diario brasileño *Zero Hora*. Por otra parte, la revista incluye otras investigaciones sobre asuntos varios, como dime qué comunicas y te diré quién eres: análisis del discurso del sitio web del grupo Bimbo; supervivencia del pensamiento mágico y mítico en la publicidad de artículos personales: el caso del *shampoo*; la interactividad en los géneros periodísticos de los cibermedios; la participación ciudadana en la web de Greenpeace: comunicación, discurso y emoción en la Red, o la politización del deporte en los medios escritos especializados.

EUROPA: CLASIFICACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS

European Journal of Cultural Studies
http://ecs.sagepub.com
(Londres: Sage, vol. 16, No. 5, octubre 2013)
Contiene un artículo que trata sobre los lugares de preservación de la música popular, fuera de aquella otra que es recogida y catalogada por las instituciones oficiales, así como investigaciones que reflexionan en torno a la música popular como recurso etnográfico; la construcción de la cultura religiosa en las telenovelas de la televisión turca, a partir del estudio de los seriales *Kurtlar Vadisi* (*El valle de los lobos*) y *Deli Yürek* (*Corazón loco*); la publicidad de los productos de higiene íntima en Israel y sus implicaciones sociales; el activismo cultural como contra-discurso al programa de la Capital Europea de la Cultura 2011 (el caso de Turku, en Finlandia) y la dialéctica de la multiculturalidad: construyendo nuevos ciudadanos en la radiotelevisión pública española.

The International Communication Gazette
http://gaz.sagepub.com
(Londres: Sage, vol. 75, No. 7, noviembre 2013).
Indaga sobre los valores en los discursos de la ONU, diferenciando entre aquellos destinados a los países desarrollados y aquellos otros en vías de desarrollo. Además, este número presenta los resultados de otras investigaciones que indagan sobre la regionalización de la información periodística internacional en China, a partir del estudio de las noticias publicadas por cinco diarios regionales entre 1989 y 2009; los atributos sustantivos y afectivos del Islam en la prensa norteamericana y la relación entre la cobertura de esta religión y su percepción pública; la identificación étnico-cultural con Asia entre los jóvenes holandeses de origen oriental en función del consumo de medios populares asiáticos; y el sistema de clasificación de videojuegos en Estados Unidos y Europa: comparando sus resultados.

Journalism Studies

Fundación Telefónica
Telefónica

http://www.tandfonline.com/toc/rjos20/current
(Cardiff, RU: Taylor & Francis Group; European Journalism Training Association, vol. 14, No. 6, 2013).
Examina el enfoque que el sitio web del periódico *Arizona Republic*, con sede en Phoenix, dio a una violación en grupo que se produjo en el seno de una comunidad de refugiados de Liberia en Phoenix (Arizona), donde cuatro chicos agredieron sexualmente a una niña de ocho años de edad. Por otra parte, revisa el trabajo académico del desaparecido James W. Carey en la intersección entre la comunicación y el periodismo, al tiempo que ofrece otros textos que versan sobre las actuales salas de redacción y las rutinas productivas que en ellas se generan, mediante un estudio centrado en la *Australian Broadcasting Corporation*; las diferencias visuales entre las webs de noticias alternativas y las convencionales; la profesión periodística vista por estudiantes de periodismo de siete países (Australia, Brasil, Chile, España, Estados Unidos, México y Suiza); los derechos de autor, la libertad de expresión y el derecho del público a saber; las relaciones de contenido entre los diarios impresos y los periódicos en línea griegos; y la relación entre la percepción del público de lo que se juzga como 'buen periodismo' y el consumo de distintos géneros: noticias tradicionales, periodismo ciudadano, info-entretenimiento, etc.

Nordicom Review
http://www.nordicom.gu.se
(Göteborg, Suecia: NORDICOM, Göteborg University, No. 34, 2, 2013).
Reflexiona sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en Suecia y las políticas para el fomento de la participación, la cooperación y la sostenibilidad. Este número se completa con otros artículos que analizan el papel de los medios de comunicación en la construcción y distribución de representaciones del cambio climático; las conversaciones en línea sobre un tema tabú como el suicidio; los *mashups* de YouTube; las preferencias mediáticas en Finlandia y su evolución entre 1999 y 2009, haciendo especial hincapié en la televisión, la prensa e Internet; la relación de los niños suecos con la publicidad *on line*; y el estudio de caso de la comunicación de crisis de la compañía ferroviaria sueca SJ AB a principios de 2011, con especial énfasis en la utilización del humor y la ironía en una situación no propicia.

AMÉRICA DEL NORTE: PORNOGRAFÍA EN INTERNET

Health Communication
http://www.tandfonline.com
(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, vol. 29, No. 1, 2014).
Además de varios trabajos relacionados con el cáncer, con estudios sobre el contenido publicitario de los protectores solares en las revistas parentales y su relación con el cáncer de piel; Internet como fuente de información sobre el cáncer: o de qué hablan las parejas sobre el cáncer y la narrativa como herramienta para la toma de decisiones sobre el tratamiento en las primeras etapas del cáncer de mama, esta publicación presenta otras propuestas como los motivos y consecuencias de ver dramas televisivos de temática médica; un nuevo diseño del ciclo de dolor persistente incorporando esquemas motivacionales y cognitivos, y una investigación en torno a cómo los estudiantes universitarios intervienen cuando ven a otros que participan en conductas de alto riesgo relacionadas con el consumo excesivo de alcohol.

Fundación Telefónica
Telefónica

Journal of Advertising Research
http://www.journalofadvertisingresearch.com
(Nueva York: World Advertising Research Center, vol. 53, No. 3, 2013).
El *Journal of Advertising Research* centra gran parte de su espacio en la creatividad. Entre sus propuestas destacan investigaciones que analizan referencias sobre la cuantificación del impacto de la creatividad en el *marketing*; el conflicto entre la publicidad creativa y el miedo a correr riesgos por parte del anunciante; la opinión de los creativos sobre la publicidad comparativa que identifica explícitamente a los competidores; la eficacia del humor en los anuncios; qué tipo de creatividad es la que está ganando premios, y las funciones del liderazgo en la figura del director creativo en las agencias de publicidad. Otros estudios que se publican en este número abordan, por ejemplo, los beneficios de ofrecer dos marcas en un mismo mensaje publicitario; la búsqueda de herramientas para medir el ROI en campañas que necesitan una medida específica; los últimos datos de la investigación *Foundations of Quality* de la Advertising Research Foundation's (ARF) sobre las gratificaciones de los participantes en las encuestas, o la efectividad del posicionamiento de marca sustentado en la cultura de los consumidores globales (PCCG) desde una perspectiva de venta suave y de venta agresiva (directos y basados en información) en mercados globales.

Mass Communication & Society
http://www.tandf.co.uk
(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates; Mass Communication & Society Division of AEJMC, vol. 16, No. 5, 2013).
En este ejemplar se examina la pornografía en Internet y el comportamiento sexual de las mujeres en EEUU; las percepciones de los periodistas regionales rusos sobre su comunidad profesional, el papel de los medios de comunicación estadounidenses en la legislación del Bisfenol A y el uso de los medios tradicionales en los resultados políticos, entre otras cuestiones.

Newspaper Research Journal
http://www.newspaperresearchjournal.org
(Columbia, SC: Association for Education in Journalism and Mass Communication; University of Memphis, vol. 34, No.1, invierno 2013).
Un trabajo que ahonda en los temas antisindicales a través de las cartas de los lectores de *Westbrook Pegler* y otro que analiza la cobertura informativa del *New York Times* en la Bahía de Guantánamo entre 2004 y 2009 y la fiabilidad documental de las bases de datos sobre la edición impresa del citado diario, son algunos de los tópicos propuestos por el *Newspaper Research Journal* en su edición de invierno. También se pueden consultar aportaciones que versan desde el tratamiento periodístico que se le ha dado a la *Colorado Roadless Rule*, pasando por el uso de las tabletas por parte de los jóvenes para consumir periódicos y revistas, hasta la ampliación del rol del fotoperiodista en las cabeceras norteamericanas.

Fundación Telefónica
Telefónica