Publicaciones internacionales recientes. Comunicación y educación

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

La frontera que separa la comunicación de la educación se está desdibujando de tal forma que en la actualidad nadie discute la estrecha relación que existe entre ambos procesos. Aunque los avances tecnológicos han contribuido a reforzar este maridaje, comunicación y educación se alimentan mutuamente desde hace décadas, cuando los educadores comenzaron a introducir los medios en el aula como instrumentos para mejorar la comprensión de los alumnos sobre su contexto político, social, cultural e histórico más próximo. En los últimos tiempos, el entorno digital ha propiciado el desarrollo de políticas encaminadas a fomentar, además, la denominada alfabetización mediática (educación en medios), con el objetivo de potenciar iniciativas destinadas a enseñar a los ciudadanos a interpretar críticamente la información que reciben, así como también a crear y difundir contenidos de calidad a través de los diferentes canales que hoy en día tienen a su alcance. Estas políticas han venido acompañadas, por otra parte, de una clara expansión de la formación en comunicación y educación a todos los niveles, pero muy especialmente por lo que se refiere a propuestas de estudios de posgrado en muchas universidades.

Junto con la educomunicación, las acciones de relaciones públicas en las empresas e instituciones centran igualmente el interés de los investigadores, que en esta entrega analizan desde las últimas tendencias de la comunicación estratégica hasta la vulnerabilidad de los públicos frente a las prácticas comunicativas abusivas por parte de algunas organizaciones.

América Latina:
Ecología de los medios

Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación
http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui
(Quito: CIESPAL, No. 127, diciembre 2014).
Bajo el título genérico de ‘Periodismo, democracia y nuevas batallas de la información’, este número aborda las relaciones entre el periodismo y la democracia en el contexto de la polarización política observada en la mayoría de los países de América Latina, así como en relación a las nuevas formas de producción y difusión de información abiertas por el cambio

Fundación Telefónica

Telefónica

cultural y tecnológico. Entre otros, el ejemplar ofrece artículos que versan sobre la cultura digital global en los movimientos sociales contemporáneos. Los casos del 15-M en España y el 20-F en Marruecos; la credibilidad de los medios y los periodistas en Ecuador, en un escenario de continuos desencuentros entre prensa y gobierno; la sentencia que ó la constitucionalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en Argentina; la contribución del periodismo para el saber social: caminos para una práctica responsable y para el fomento de la ciudadanía, o la cobertura de la ciencia en los telediarios brasileños Repórter Brasil (del canal público *Brasil TV*) y Jornal Nacional (de la privada Rede Globo). Este número también contiene un escrito titulado Ver y querer ver: foto de guerra contra periodismo, el cual persigue dar respuesta a dos importantes preguntas: ¿Qué muertos merecen ser llorados y cuáles simplemente catalogados? Y ¿cómo reactualizar el papel sustantivo que tuvo la imagen de conflictos violentos?

Comunicación y Sociedad
http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc
(Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, Nueva época, No. 23, enero-junio 2015).
Propone una revisión crítica de la historia, las teorías y la investigación de la comunicación en la actualidad para estudiar, desde ahí, el paso de las reconstrucciones genealógicas del campo a las reconstrucciones fundamentadas en los objetos de conocimiento. Otros escritos que conforman este número tratan sobre la teoría de la comunicación como matriz práctica para la resolución de conflictos; la política como debate temático o estratégico. *Framing* de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital; interactividad y democracia deliberativa en el periodismo digital en México; estudiar en Internet 2.0. Prácticas de jóvenes universitarios de la ciudad de Buenos Aires; Estado, mercado y medios de comunicación en el capitalismo neoliberal; las prácticas comunicativas de producción mediática de los indígenas oaxaqueños migrantes en Estados Unidos, y media y género. Discusiones en torno al contrato comunicacional de un observatorio feminista.

Razón y Palabra
http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos
(Monterrey: Instituto Tecnológico Superior de Monterrey, No. 89, marzo-mayo 2015).
Ejemplar dedicado a la ecología de los medios, en el que se presentan numerosos artículos que profundizan en torno a esta cuestión desde diferentes perspectivas: el papel de la televisión en el contexto de la ecología de los medios ante la figura de los llamados ‘omnívoros digitales’; periodismo en el ciberespacio: los desafíos de la formación profesional; movimientos sociales, ecología digital, medios radicales y narrativas anticapitalistas en la esfera pública alternativa global; los mapas interactivos como plataformas interactivas para los ciudadanos desconectados, o la participación y la interactividad en los *blogs* periodísticos políticos de España y Brasil. Por otra parte, en su sección *Varia* se pueden leer, entre otros, textos sobre las representaciones subversivas de la maternidad en la obra de escritoras y cineastas latinoamericanas; la publicidad infantil de alimentos y las estrategias cross-media en España: el caso del canal *Boing*; la televisión en Cuba: un sistema en desarrollo; la extensión del relato audiovisual en las redes sociales: el caso de las series de ficción *Cuéntame cómo pasó* (España) y *Los 80* (Chile), o el gobierno de España como anunciante publicitario: la publicidad institucional y comercial de la Administración General del Estado (2006-2013).

Europa:

Fundación Telefónica
Telefónica

Archivos fotográficos

Comunicaçao e Sociedade

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

(Braga: Centro de Estudos de Comunicaçao e Sociedade, Universidade do Minho, vol. 26, 2014).

Analiza las tendencias de la comunicación organizacional y estratégica. Los artículos que aparecen en este número abordan, entre otros, aspectos relacionados con la comunicación estratégica en el ambiente comunicativo de las organizaciones actuales; las relaciones públicas políticas: raíces, desafíos y aplicaciones; los procesos de institucionalización y construcción del sentido a través de los medios; la comunicación organizacional y la innovación en las pequeñas empresas a partir del estudio de caso de una pequeña compañía localizada en el interior de São Paulo; la vulnerabilidad de los públicos frente a las prácticas abusivas de comunicación empleadas por las organizaciones; la comunicación gubernamental de la presidenta Dilma Rousseff: un análisis de contenido del portal de la presidencia de la república brasileira, o las tipologías de auditorías usadas por las direcciones y las agencias de comunicación y relaciones públicas. Otro estudio que se ofrece trata la cuestión del paisaje urbano y la publicidad de moda: el caso de la marca Donna Karan New York.

Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies

http://con.sagepub.com

(Londres: Sage, vol. 20, No. 1, febrero 2015).

Reflexiona sobre la relación que se mantiene con los archivos -especialmente los fotográficos- como recuerdos materiales y, por otra parte, compara la funcionalidad de los archivos digitales con respecto a los tradicionales, a partir del estudio de caso del archivo de la KSA (Escuela de Arte de Kingston). Otros estudios que contiene esta publicación profundizan en torno a los archivos fotográficos digitales de Google; la evolución de la Belfast Exposed, la galería principal de Irlanda del Norte de fotografía contemporánea, que muestra el trabajo de artistas y fotógrafos de todo el mundo y que en 2013 celebró su 30 aniversario; el papel del *graffiti* ilegal en el contexto digital y su valor patrimonial; la idea de la 'ciudad archivo' como una construcción espacio-temporal orientada en torno a la metáfora central de la 'ciudad como archivo', centrándose en los casos de Liverpool (Reino Unido) y Bolonia (Italia); las políticas para la recuperación de materiales fílmicos -las llamadas películas perdidas- en Nueva Zelanda, y las trabas que existen para acceder al archivo de la British Broadcasting Corporation (BBC).

Media, Culture & Society

http://mcs.sagepub.com

(Londres: Sage, vol. 37, No. 2, marzo 2015).

Contiene un trabajo relativo a la espectacularización de la información en la sociedad del riesgo global, en el que se apuntan posibles vías para la investigación futura. Este número ofrece también otros estudios que abordan cuestiones como género y poder en la cobertura periodística de los líderes políticos alemanes; el fenómeno de los *diaosi* en China y su marcada popularización a través de Internet; historias de sufrimiento humano y participación de la audiencia en la televisión griega; el papel de la radio como medio íntimo y confesional, a partir de un estudio con un segmento de jóvenes daneses; el uso de Facebook por parte de los parlamentarios de Nueva Zelanda en los días previos a las elecciones de 2011, y la presencia y el consumo de radio en el lugar de trabajo en Polonia.

Fundación Telefónica
Telefónica

América del Norte: Creatividad publicitaria

Discourse & Society

http://das.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: Sage, vol. 26, No. 2, marzo 2015).

Presenta un artículo en el que se recoge la opinión de un grupo de malasios sobre la situación de su país, poniendo de relieve cómo la politización de la etnicidad y la religión es uno de los principales problemas. En esta entrega se habla también de las representaciones discursivas de la inmigración ilegal en la prensa irlandesa; la evolución de las metáforas en las caricaturas de la prensa española sobre el caso Prestige; la transmisión de estereotipos de género en el discurso de los espacios educativos públicos, a partir del análisis de carteles colgados en las paredes de las escuelas secundarias y una universidad de la ciudad española de Palma de Mallorca, y la representación de los actores sociales latinos en la prensa local en español de Estados Unidos.

Communication Theory

http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/28ISSN291468-2885

(Washington, DC: Internacional Communication Association / Oxford University Press, vol. 25, No. 1, febrero 2015).

Reflexiona sobre la idea de que el campo de las comunicaciones es muy fructífero para el desarrollo del institucionalismo histórico y que el institucionalismo histórico es un enfoque muy útil para los estudiosos de la comunicación, especialmente en los ámbitos de la historia de la comunicación, la política y el derecho. Otros artículos que incluye este ejemplar hablan sobre la ambivalencia política en la opinión pública norteamericana; el procesamiento de lo visual y de lo textual en los contenidos informativos multimodales; las ambigüedades en la búsqueda de transparencia por parte de las organizaciones y la aparición de nuevos tipos de opacidad, y las Relaciones Públicas en las redes sociales.

The Journal of Advertising

http://www.mesharpe.com

(Armonk, NY: M.E. Sharpe Inc.; American Academy of Advertising, vol. 44, No. 1, 2015).

Analiza cómo el pasado de una marca influye en la percepción de su publicidad actual, al tiempo que reflexiona sobre la ineficacia de las figuras retóricas en los anuncios basados en temas polémicos, como la violencia o el erotismo. Otros artículos que ofrece este número tratan sobre la influencia del uso de tropos en la comprensión, percepción y agrado de los spots televisivos; la comunicación de *marketing* integrado como herramienta para impulsar el rendimiento financiero y la efectividad de la campaña publicitaria de una marca; la respuesta de los consumidores al uso de música hip-hop en la publicidad de una marca; los casos en los que el *marketing* de identidad puede producir efectos negativos entre los consumidores, y cuándo y por qué los consumidores experimentan vergüenza como resultado de la exposición a anuncios socialmente sensibles.

Fundación Telefónica
Telefónica