

Revistas

Autor/es: Juan José Perona

M^a Luz Barbeito

LOS TENTÁCULOS DE LA DIGITALIZACIÓN

RESUMEN:

Las transformaciones que implica la digitalización de los procesos, especialmente en el terreno de la comunicación, la educación y la organización social, continúa siendo una línea de estudio que despierta un gran interés entre los investigadores, como demuestra el hecho de que recientemente se hayan publicado numerosos artículos que abordan esta temática desde ámbitos muy diferentes -alfabetización mediática y tecnológica, *e-learning*, competencias comunicativas, preservación de publicaciones impresas, etc.-, y, en algún caso, sorprendentes.

En este sentido destaca, por ejemplo, un trabajo sobre la *digitalización* de la iglesia y la incorporación de los medios telemáticos para la propagación de la fe católica. Por otra parte, es igualmente interesante observar cómo, en plena era digital, se abren nuevos debates mediante los que se cuestiona el concepto de interactividad -sobre el que se propone un instrumento para medir, de manera objetiva, sus distintos niveles- o se publican escritos que rechazan de plano la clásica teoría de los géneros periodísticos.

Entretanto, la violencia en televisión se está convirtiendo también en un objeto de estudio recurrente. Entre los últimos trabajos que tratan esta cuestión, sobresale un experimento norteamericano destinado a medir el placer que produce en el televidente el visionado de determinadas escenas.

Revistas

Autor/es: Juan José Perona

M^a Luz Barbeito

América Latina: La industria del entretenimiento

RESUMEN: Reseñas de revistas de interés del ámbito latinoamericano.

Diálogos de la Comunicación

www.dialogosfelafacs.net

(Lima: FELAFACS, núm. 78, julio-diciembre de 2009).

Ejemplar dedicado al cómic y al humor gráfico, en el que se ofrecen numerosos artículos e investigaciones sobre este tema: cómics digitalizados: promoción y preservación de las publicaciones con historietas en los espacios hipermedia; el discurso sobre la historieta en Argentina (1968-1983); revoluciones de papel: Estados Unidos, América Latina y las visiones sobre la guerrilla a través de la historieta; historietas mágicas: orígenes del relato gráfico y proyección de imágenes; las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión; superhéroes y desarrollo económico: el caso argentino, o la novela gráfica: innovación narrativa como forma de intervención sobre lo real son algunos de los estudios que se publican. Por otra parte, la revista contiene cuatro informes especiales que abordan las siguientes cuestiones: Latinoamérica: la arquitectura participativa de la comunicación para el cambio; de las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura; especulaciones sobre la investigación en comunicación para la ciudadanía en Brasil, y el spot publicitario y el encanto de lo feo.

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. XI, núm. 2, mayo-agosto de 2009).

Bajo el título Política económica televisiva e industria del entretenimiento se presentan una serie de artículos que analizan desde esta perspectiva la situación de la televisión en diversos países como Bangladesh, Brasil, Turquía o China. Otros textos que pueden leerse en este número tratan sobre la evolución de algunos indicadores de inclusión digital en Brasil durante los primeros años del siglo XXI, la red Globo de los años 2002 a 2003 a través del contexto de producción de la miniserie *A casa das sete mulheres*, o el análisis comparativo de las políticas de radiodifusión diseñadas para los sectores privado-comercial, social-comunitario y público entre los socios fundadores de la unión regional Mercosur

Interacción: Revista de Comunicación Educativa

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

(Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 50, junio de 2009).

Bajo el epígrafe Educación y tecnología se enmarcan varios escritos que versan sobre nuevas experiencias educativas, el ciberlenguaje como variedad a tener en cuenta, o el universo *e-learning*. Otros artículos que ofrece este número tratan sobre chatomanía o el delirio de las relaciones virtuales;

comunicación, educación y ciudadanía; la iglesia en la era digital; los espacios participativos en red como nuevas posibilidades de organización social, o la radio en la era digital después del centenario de la radiodifusión.

Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

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

(Monterrey: Instituto Tecnológico Superior de Monterrey, núm. 66, enero-febrero de 2009).

Contiene un amplio dossier dedicado a Comunicología y Estudios Culturales que, entre otros, incluye estudios sobre Comunicología, comunicación y cultura. Exploración histórica de dos conceptos centrales en el tránsito del siglo XX al siglo XXI; las relaciones entre lenguaje y comunicación en la obra de Raymond Williams; comunicación y ciudadanía cultural: la migración como práctica de comunicación, o estudios culturales y segundo orden: una lectura desde la complejidad. Por otra parte, la revista ofrece cerca de una veintena de escritos sobre temas muy variados: YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo; el entorno digital en la nueva era de los medios y la publicidad: la metamorfosis del consumidor; mujeres en dos épocas del cine cubano; el taller como estrategia didáctica, o el aprendizaje colaborativo en materia de desarrollo de habilidades individuales son algunos de ellos.

Sala de Prensa: Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos

www.saladeprensa.org

(México DF: Sala de Prensa, año XI, vol. 5, núm. 118, agosto de 2009).

Reflexiona sobre el papel de la prensa frente al crimen organizado, en un momento en el que la escalada que padece la sociedad mexicana está imponiendo a los periodistas una serie de retos en el cumplimiento de su misión. Por otro lado, analiza las agresiones y los actos inhibitorios contra los periodistas y los medios informativos en el país azteca. Este ejemplar se completa con un polémico artículo en el que se rechaza la teoría de los géneros periodísticos, y otro escrito sobre periodismo literario: entre el mito y la verdad.



Revistas

Autor/es: Juan José Perona

M^a Luz Barbeito

Europa: Música popular e identidad cultural

RESUMEN: Reseñas de revistas de interés del ámbito europeo.

Comunicação e Sociedade

www.cecs.uminho.pt/journal

(Braga: Universidade do Minho, vol. 14, 2009).

La alfabetización tecnológica y mediática preside buena parte de los contenidos que se ofrecen en esta publicación, con artículos sobre posibilidades y límites de las TIC para la alfabetización cívica; el concepto de alfabetización y la utilización de la tecnología digital en diferentes contextos educativos, o la ciudadanía cultural y la alfabetización artística: ocios y saberes en museos y cibermuseos de la ciudad creativa. La revista contiene otros escritos sobre imagen analógica e imagen digital: la impresión de ruptura referencial; competencias de comunicación para la Sociedad de la Información: algunos elementos sobre la situación de los recién licenciados en Portugal, y la producción informativa de los soportes tradicionales en la era digital.

European Journal of Cultural Studies

<http://ecs.sagepub.com>

(Londres: Sage Publications, vol. 12 núm. 3, agosto de 2009).

Ejemplar dedicado al estudio de la música popular y la construcción de identidad cultural en el que se examina, por ejemplo, el fenómeno *fandom* en China, con un estudio de caso de los admiradores del cantante más popular, Jay Chou. Otros artículos que ofrece la revista tratan sobre identidad y producción de música electrónica asiática en Londres; el hip-hop turco; la relación entre la música local popular y las ciudades creativas, con el análisis de lo acaecido en este sentido en Manchester entre 1976 y 1997; o la internacionalización de la música popular finlandesa

The International Communication Gazette

<http://gaz.sagepub.com>

(Londres: Sage Publications, vol. 71, núm. 5, agosto de 2009).

Reflexiona sobre la paradoja de la globalización que supone Internet en un momento de marcado *hyperlocalismo*. Por otra parte, revisa el concepto de interactividad y aporta una definición operativa del mismo que pueda ser usada en casi todos los contextos comunicativos, al tiempo que propone el desarrollo de un instrumento objetivo para determinar los niveles diferentes de interactividad. Además, en este número se analiza la imagen de Kenia y Ghana a través de los vídeos que sobre esos países se insertan en YouTube; los discursos morales y compasivos aparecidos durante la guerra de Irak (2003) en cuatro importantes rotativos pan-árabes; y las políticas de telecomunicaciones en la Unión Europea y en Estados Unidos.

Journalism Studies



www.tandf.co.uk/journals

(Cardiff, RU: Taylor & Francis Group/European Journalism Training Association, vol. 10, núm. 4, 2009).

Incluye artículos que tratan la "glocalización" del periodismo hindú; el cambio en las representaciones de los corresponsales extranjeros en las películas antes de la II Guerra Mundial y tras la contienda de Vietnam; la autoimagen de los periódicos británicos desde una perspectiva histórica; la cobertura de la ejecución de Saddam Hussein en los diarios de élite norteamericanos y el papel del periodismo ciudadano en las elecciones generales de 2008 en Zimbabwe, entre otros.

Nordicom Review

<http://www.nordicom.gu.se>

(Göteborg, Suecia: NORDICOM, Göteborg University, número especial, 2009).

Monográfico dedicado íntegramente a recoger las principales aportaciones del Congreso de la AIMCR celebrado en Estocolmo en julio de 2008. La revista incluye las conferencias de las tres sesiones plenarias, que centraron su interés en examinar el papel de los medios ante las desigualdades globales, así como las intervenciones que tuvieron lugar en torno al seminario abierto sobre la investigación de la comunicación en el continente africano.



Revistas

Autor/es: Juan José Perona

M^a Luz Barbeito

América del Norte: Estrategias narrativas publicitarias

RESUMEN: Reseñas de revistas de interés del ámbito norteamericano.

Discourse & Society

<http://das.sagepub.com>

(Thousand Oaks, CA: Sage Publications, vol. 20, núm. 5, septiembre de 2009).

Contiene un artículo que aborda el análisis del discurso como representación del cambio social de las mujeres africanas. Además de otros trabajos, incluye un estudio sobre el contenido de las entrevistas policiales con sospechosos de pedofilia; el racismo y la xenofobia en los discursos de los inmigrantes a través del caso de los argentinos en España, y la autocensura en la prensa china y su influencia en la cobertura de la información.

Human Communication Research

www.blackwellsynergy.com

(Washington DC: International Communication Association/Blackwell Publishing, vol. 35, núm. 3, junio de 2009).

Con un meta-análisis de las investigaciones de los grupos de apoyo formales a través de ordenador, abre este número, en el que se puede consultar también un estudio del impacto de las representaciones raciales sobre la identificación del personaje en los videojuegos y la hostilidad tras finalizar la partida; un examen sobre la evasión verbal en situaciones de conflicto íntimo; el rol teórico de la equidad en la predicción de las estrategias de mantenimiento de las relaciones y su modificación en función del país y la cultura de los participantes; la relación entre las interpretaciones de los usuarios de nuevas tecnologías y los fracasos del cambio organizacional; y un experimento que explora la relación entre la violencia en la televisión y el placer del televidente.

The Journal of Advertising

www.mesharpe.com

(Armonk, NY: M.E. Sharpe Inc. / American Academy of Advertising, vol. 38, núm. 3, otoño de 2009).

Incluye diversos artículos sobre experimentos que estudian cómo la orientación temporal de los consumidores, la concepción temporal y la importancia de los atributos del producto influye en las evaluaciones publicitarias; los anuncios como contexto de otros anuncios, la efectividad de la estrategia de repetición en la narrativa publicitaria; los tipos de participación del consumidor en los anuncios corporativos; naturaleza e impacto de los mensajes de alcohol en las series televisivas orientadas a los jóvenes, y la actitud positiva o la susceptibilidad hacia las informaciones falsas en la publicidad.

Journal of Communication

www.blackwellsynergy.com

(Washington, DC: International Communication Association / Blackwell Publishing, vol. 59, núm. 2, julio de 2009).



En este número se investiga la identificación de segmentos de públicos en función de su actitud ante la permisividad a la censura del gobierno; las motivaciones en la creación de nuevos usos que afectan al conocimiento de la información política a través de las noticias; cómo la mujer afroamericana acepta o no la imagen corporal que de ella se da en los videos de música rap según sus convicciones étnicas. Por otra parte, una comparación sobre el comportamiento de los adolescentes japoneses en función de su género; la efectividad de los mensajes alarmistas en las campañas de prevención del Sida en Namibia; las reacciones del *reality Star Academy* en Arabia Saudí y el papel de la interacción familiar en el compromiso cívico del nuevo inmigrante latino son otros textos que podemos encontrar en esta cabecera.

