

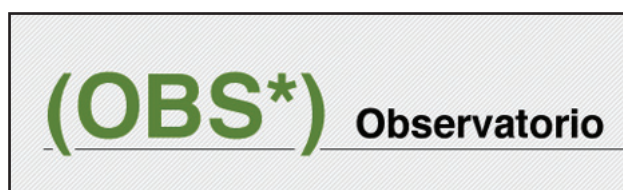
Revista de revistas

Observatorio (OBS*)

Lisboa: OberCom - Observatório da Comunicação

Vol 8, nº. 2 (2014)

ISSN 1646-5954 [en línea]



Entre los temas que plantea el Observatorio en esta edición destaca el artículo de Oliver Pérez, Mercè Oliva y Eva Pujadas sobre "La construcción televisiva de la deliberación política. Análisis comparativo de programas informativos y de *infotainment*" donde se analiza el papel de la televisión en el ámbito del debate político en un contexto de desafección creciente.

Por su parte, Juan Monserrat-Gauchi, Carmen Quiles-Soler y Cristina González-Díaz estudian los planes de comunicación corporativos y su adaptación a las tecnologías de la información en el texto "Structures, Systems and Organizational Communication Processes in Franchises in times of crisis: the Spanish case".

También se recogen aproximaciones al campo de la regulación de los medios y a las posibilidades y riesgos de la sociedad red. Jose Alberto García-Avilés, Carmen Fuente-Cobo, Carlos Maciá-Barbero lo hacen con el artículo "Journalists 'perceptions about regulation and conflicts in their work: the case of Madrid-based news profesionales". Y Tiago Vaz Estêvão habla de "O Novo Paradigma da vigilância na Sociedade Contemporânea. Who Watches the Watchers".

Además, entre otras cuestiones, Zara Pinto Coelho y Silvana Mota Ribeiro analizan el discurso de la heterosexualidad en los magazines femeninos y Nekane Parejo, la representación de la migración en el cine español.

Número disponible en:

<<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/issue/view/41>>

Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación

Huelva: Universidad de Huelva

Vol. XXII, nº. 43, 2ª semestre, julio 2014

ISSN: 1134-3478/ e-ISSN: 1988-3293 [en línea]

En este número de *Comunicar* se analiza el papel de las audiencias activas, capaces de consumir, emitir y compartir contenidos a partir de las herramientas que la revolución tecnológica pone a su alcance. El artículo de Carmen García Galera, Mercedes del Hoyo y Cristóbal Hernández habla de las acciones sociales colectivas organizadas a partir de las redes sociales.

Flávia Gomes y José Carlos Sendín reflexionan sobre la necesidad de ser crítico con el tiempo invertido en el uso de Internet; y Francisco Javier Ruíz del Olmo y Ana María Belmonte sobre el valor social que representa la red para los jóvenes: formación de comunidades virtuales y sentimiento de pertenencia al grupo o a la marca. Natalia Quintas y Ana González se refieren a la audiencia social como clave de éxito para determinados programas de televisión. Aún en el ámbito de las redes sociales, María Sánchez y María Bella Palomo hablan del *crowdfunding* como fórmula de participación y, sobre todo, de toma de decisión de las audiencias. Rayén Condeza, Ingrid Bachmann y Constanza Mujica analizan el consumo de información de los jóvenes a través de las redes sociales y cómo el medio usado condiciona también la información seleccionada, diferente a la que proporcionan los medios tradicionales.

La sección *Caleidoscopio* agrupa diferentes artículos con un único hilo conductor: el del uso de internet para el aprendizaje en diferentes contextos y niveles educativos.



Número disponible en:

<<http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar43.pdf>>

Comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi

Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, mayo 2014
Vol. 31, nº. 1
ISSN: 2014-0444 (electrónica); 2014-0304 (impresa)



Comunicació es la revista de investigación y de análisis de la Sociedad Catalana de Comunicació del Instituto de Estudios Catalanes. La publicación del primer semestre de 2014 dedica el Cuaderno central a las “Nuevas líneas de investigación en publicidad y relaciones públicas” con artículos de José Fernández-Cavia y Asunción

Huertas; Freddy Bustamante Villanueva y Matilde Obradors, y David Caminata. Los objetos de estudio dentro del ámbito del marketing son diversos: la gestión de la marca de un territorio, la comunicación política y la estrategia electoral, y el análisis de la brecha académico-profesional entre los publicitarios.

En el apartado de miscelánea científica, Adolfo Carratalá, de la Universidad de Valencia, analiza la “Retórica bélica en el tratamiento periodístico de conflictos educativos”, a partir de la introducción de la asignatura de educación para la ciudadanía y su tratamiento en la prensa española. Y el profesor de la Escuela Superior de Diseño Romuald Gondomar y Miñana hace “aportaciones metodológicas al diseño de las cosas desde el pragmatismo”

Número disponible en:

<<http://revistes.iec.cat/index.php/TC>>

Telos. Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad

Madrid: Fundación Telefónica.
nº. 98, junio-septiembre de 2014
ISSN: 0213-084X [en línea]



Telos une en este número el futuro de la comunicación y el de la democracia en un binomio inseparable. Esta es una cuestión que ya ha tratado en números anteriores, por ejemplo, en uno dedicado a los movimientos sociales articulados a través de la red; o, el destacado en el anterior *Quaderns del CAC* sobre

Open Government. Coordinada por Andreu Casero de la Universidad Jaume I y Antoni Gutiérrez-Rubí, se abordan cuestiones como el cambio generacional, los jóvenes interconectados y su relación con la política; la globalización del debate; las nuevas formas de participación política en el marco de la era digital; los movimientos sociales, los medios de masas, las redes sociales y el “hacktivismo”; el concepto de esfera pública; los blocs y el activismo sociopolítico; etc...

En este contexto, María Bella Palomo Torres habla sobre la evolución y la revolución del papel del periodista en su adaptación al nuevo ecosistema mediático.

Josep Àngel Guimerà e Isabel Fernández Alonso analizan la red de sindicación de contenidos como dinamización de la televisión local en Cataluña (1998-2012) a partir de la experiencia de la XTVL y de *Comunicàlia* en un contexto de implantación de la TDT y de intercambio de contenidos a través de Internet, así como el papel jugado por el Mercado Audiovisual de Cataluña.

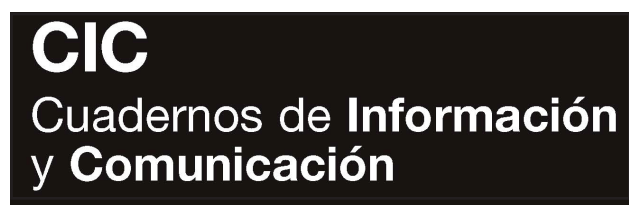
Número disponible en:

<http://telos.fundaciontelefonica.com/docs/repositorio/es_ES/revistasPDF/telos_98.pdf>

CIC Cuadernos de Información y Comunicación

Vol. 19. Universidad Complutense de Madrid. 2014

ISSN-e 1988-4001



CIC dedica estos cuadernos a la narración *transmedia*, en diferentes ámbitos como el de la ficción, la información, el activismo o el arte, y concluye que en el contexto de convergencia actual las narraciones ya no pueden ser otra cosa que *transmediáticas*.

Raúl Rodríguez Ferrándiz habla de las prácticas *transmedia* en los universos de ficción audiovisual y el papel que juegan los *fans*. François Jost analiza las especificidades de las *webseries* ya que han sido concebidas para ser vistas en la red. Carolina Fernández Castrillo habla de los conceptos de intercreatividad y *crowdsourcing* como muestras de la cultura participativa que ha posibilitado Internet. Francisco Mayor toma el ejemplo de algunas series españolas y su paso hacia los videojuegos o los *twittersodios* para ver sus posibilidades, pero también sus debilidades. Sergio Albadalejo se fija en un producto clásico como los *teleñecos* para comprobar cómo ha sabido adaptarse a la nueva realidad *transmedial*.

Cristina Peñarín y Miguel Álvarez Peralta analizan en sus artículos la narración *transmedia* en este caso en el ámbito de la información y de la creación de opinión. También lo hace Bruno Souza considera que, a pesar de las nuevas posibilidades, el periodismo debe mantener sus propias dinámicas comunicacionales.

Massimo Leone, Carlos Jaúregui, Marina Mantini, Jaime Albero-Gabriel y Palmira Chavero abordan en sus textos la narración *transmedia* relacionada con el activismo político y social.

Número disponible en:

<<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC>>