

Revista de revistes

TELOS: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad

Madrid: Editorial Fundesco. Núm. 88, juliol-setembre 2011
ISSN: 0213-084X



TELOS dedica el monogràfic d'aquest número a la cultura digital. Al seu *Dossier* central hi trobem una

interessant introducció d'Enrique Bustamante sobre la vella i la nova cultura, on la nova cultura no és una mera prolongació de la cultura analògica. Entre altres articles, destaquen el de Lacasa i Villalonga sobre la digitalització de l'òpera amb la proliferació dels seus productes secundaris (cinemes, DVD, internet i televisió) i terciaris (fragments), que destaquen sense reduir la grandesa del gènere. De Vicente Gómez aborda les aportacions de la digitalització a les arts plàstiques. García Cantero realitza una prospectiva sobre els camins inevitables de la cibercultura, que imposa una transformació a les noves realitats artístiques i culturals del públic. Ramón Zallo també col·labora en aquest dossier dibuixant una panoràmica sobre les paradoxes de la cultura digital, posant en relleu el contrast entre les oportunitats que ofereixen les tecnologies digitals i les incapacitats del sistema polític i econòmic per potenciar-les. Com a autor convidat, Martín Becerra, investigador de la Universitat de Quilmes (Buenos Aires, Argentina), planteja la problemàtica de la "incubación de una nueva cultura digital en América Latina" i com la convergència tecnològica està construint una nova cultura, tant a l'oferta com als usos socials. D'altra banda, Pilar Carreras contextualitza críticament les noves pràctiques interactives dels usuaris a les xarxes socials amb les teories de la comunicació. I Anton Planells compara els llenguatges del cinema primitiu i el desenvolupament inicial dels videojocs als anys setanta. A la secció *Análisis* trobem l'article de Juan José Muñoz, en què analitza la regulació espanyola de la classificació de llargmetratges per grups d'edat. Manuel Armenteros aborda l'anàlisi de la tecnologia del 3D estereoscòpic, i mostra els videojocs i internet com a elements claus del futur de la imatge. Finalment, a la secció *Experiencias*, un equip d'investigadors de la Universidad Rey Juan Carlos analitza l'autoregulació de la comunicació, prenent com a objecte d'anàlisi l'experiència de la publicitat –en concret, l'alimentació infantil–, i posen en relleu les virtuts de la doctrina i la pràctica de l'autoregulació, del seu marc europeu i de la seva adaptació espanyola.

Derecho a Comunicar

Mèxic D. F., Mèxic: Asociación Mexicana de Derecho a la Información. Núm. 2, maig-agost del 2011
ISSN: 2007-137X

Editada per l'Asociación Mexicana de Derecho a la Información, aquest segon volum de *Derecho a Comunicar* està dedicat a la comunicació i a la salut, entesa com els missatges dins de les institucions dedicades a la salut, la informació sobre temes mèdics des de centres de recerca i la seva comunicació a la societat, així com la comunicació entre metges i pacients. El volum recull un conjunt d'articles interessants. García Canclini presenta una col·lecció d'iniciatives per reformar els mitjans de comunicació que inclou la qualitat i la diversitat dels mitjans com a expressió de la societat formada per públics complexos, actius i crítics que cada cop es resignen menys a ser mers receptors de continguts. Julio Amador Bech qüestiona la perspectiva d'autors com Shannon i Weaver, als quals critica que no estudien la complexitat de la comunicació humana. L'autor aposta per una aproximació hermenèutica a la comunicació humana, especialment la comunicació interpersonal. Micheline Frenette i Pedro Reyes revisen diferents enfocaments per comprendre la influència dels mitjans de comunicació i proposen l'ús de tècniques de mercadotècnia en campanyes per promoure missatges de servei públic, com les campanyes contra el tabaquisme. Un altre article a destacar és el text signat per Olga Bustos-Romero sobre les imatges del cos que l'exposició a continguts publicitaris pot suscitar entre estudiants de batxillerat a Ciutat de Mèxic. El text subratlla les diferències entre homes i dones adolescents en l'apreciació del seu propi cos. Lucia Stella, Luz Elena Tamayo i Guadalupe Chávez presenten una investigació sobre la formulació de polítiques públiques dissenyades a partir de les inquietuds i la condició del seus destinataris. De la relació metge-pacient se n'encarrega l'article de Fernandes Araujo, en què suggereix que els metges han de reconèixer els pacients com a interlocutors amb dret a rebre tota la informació i les explicacions que els ajudin a comprendre la malaltia. Finalment, Carola García Calderón descriu al seu article les difícils relacions entre mitjans de comunicació, fabricants d'aliments i autoritats reguladores a Mèxic, i mostra com l'autoregulació de mitjans i de fabricants és totalment insuficient.

Versió disponible en línia:

<<http://www.derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num2/numero2.pdf>>



Journal of Communication

Malden, MA: Wiley-Blackwell. Vol. 61 (4), 2011
ISSN: 0021-9916 / 1460-2466 [en línia]



Aquest número de la prestigiosa revista *Journal of Communication* (ocupa el segon lloc a l'ISI Journal Citation Reports Ranking) recull entre els seus articles un estudi realitzat per Malcom R. Parks que examina com les teories de *taste performance*, *identity warranting* i *social capital formation* es poden aplicar a conductes

que es troben a la xarxa social MySpace. A continuació, l'article de Lee Humphreys explora qüestions de privacitat i de vigilància a les noves tecnologies interactives. El projecte examina les percepcions dels usuaris de xarxes socials mòbils sobre la privacitat, i troba que gran part de les persones estudiades no estaven preocupades per la privacitat perquè pensaven que tenien sota control la seva informació personal. L'article de Druckman i Bolsen analitza com els individus es formen les seves opinions sobre les noves tecnologies i ofereix una idea de la formació d'opinions a través del temps. Un altre article, "A Communicative Approach to Social Capital", elabora una aproximació comunicativa al capital social i presenta la comunicació com a font fonamental d'integració social. Els autors ofereixen evidències que les variables que conformen la comunicació, com l'atenció a les notícies, fomenten la participació social. La percepció dels riscos de l'escalfament global (*global warning*) i el suport a certes polítiques és abordat per Zhao, Leiserowitz, Maibach i Roser-Renouf. Els autors pressuposen que l'atenció a les notícies sobre ciència i medi ambient es troba associada a les creences sobre l'escalfament global i a una percepció del risc més gran. Realitzen un estudi d'opinió entre 2.164 adults que confirma la hipòtesi i dóna suport al model de mediació cognitiva a l'aprenentatge de les notícies. Hoffner i Rehkoff analitzen les percepcions hostils envers la premsa i examinen la influència dels mitjans abans i després de les eleccions presidencials nord-americanes de 2004 entre joves votants republicans i demòcrates. L'estudi conclou que la percepció de mitjans hostils és més gran entre republicans, especialment entre els seguidors de *Fox News*. Finalment, Lee i Monge presenten una investigació on examinen els patrons evolutius i els factors determinants de les xarxes múltiplex de comunicació organitzacional.

Communication Research

Londres [Regne Unit] / Thousand Oaks [Estats Units]: SAGE Publications. Vol. 38 (4), 2011
ISSN: 0093-6502 / 1552-3810 [en línia]

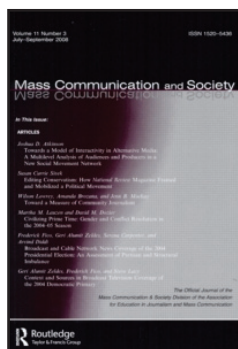
Este número de la revista *Communication Research* presenta sis articles de gran qualitat. En primer lloc, l'article de Bakker i de Vreese analitza el paper dels mitjans tradicionals i d'internet en la participació política dels joves entre 16 i 24 anys. L'article pren com a punt de partida la idea d'ús diferencial dels mitjans per analitzar la relació entre l'ús de mitjans (premsa, televisió i internet)



i les formes de participació política *offline* i *online*. Els autors mostren que l'ús d'internet està relacionat amb diferents formes de participació política, mentre que la relació entre la majoria d'usos dels mitjans tradicionals i la participació és més feble. A continuació, Grabe i Samson presenten un estudi experimental on analitzen la influència de la sexualització d'una presentadora de notícies en les avaluacions que l'audiència en fa com a professional i en la capacitat de retenir les notícies presentades. Els participants homes van trobar que una presentadora sexualitzada estava menys preparada per informar sobre guerres i política, i van retenir menys informació. Entre les dones participants, en canvi, no es van trobar diferències a l'avaluació de la competència per donar informació política o sobre conflictes entre una presentadora sexualitzada i una presentadora *asexualitzada*, tot i que les dones van retenir més informació quan la informació era presentada per una dona sexualitzada. Un tercer article, signat per Ramasubramanian examina com l'exposició mediàtica a personatges afroamericans estereotipats influeix en les creences estereotipades sobre els afroamericans formades al món real, en els prejudicis cap a aquest grup i en la manca de suport a polítiques afirmatives a favor de les minories. L'article discuteix les implicacions per als estudis d'entreteniment i de comunicació política. Els altres tres articles del volum aborden qüestions relacionades amb la interacció social (com els individus detecten els objectius d'altres persones), les emocions (l'article utilitza el model de "turbulència relacional") i la comunicació interpersonal (s'hi analitza l'associació entre la incertesa relacional, la intimitat sexual i la satisfacció sexual en les relacions de parella).

Mass Communication and Society

Oxford [Regne Unit]: Routledge. Vol. 14 (4), 2011
ISSN: 1520-5436 / 1532-7825 [en línia]



A aquest número de *Mass Communication and Society* hi destaca l'article de Jung, Kim i Gil de Zúñiga, on investiguen el paper del coneixement polític i l'eficàcia com a mediadors entre la comunicació i la participació política *online* i *offline*. Els resultats suggereixen que coneixement polític i eficàcia funcionen com a mediadors significatius, a més de constatar la importància creixent d'internet per

tal com facilita la participació política. Shortell aborda la controvèrsia entre creacionistes i biològics realitzant una anàlisi del discurs de la seva cobertura en premsa entre setembre i desembre de 2005. L'article de Callister, Stern, Coyne, Robinson i Bennion analitza la representació de les conductes sexuals d'adolescents i adults en pel·lícules centrades en adolescents des del 1980 fins al 2007. L'anàlisi mostra que aquestes pel·lícules estan farcides de petons apassionats i de diàleg sexual, però contenen molt poques escenes de sexe implícit. L'estudi també revela que aquestes pel·lícules són relativament pobres pel que fa als missatges sobre pràctiques sexuals segures i informació sobre els riscos de salut associats amb el sexe. Aubrey i Frisby desenvolupen un sistema de codificació per mesurar la sexualització i la seva correlació als vídeos musicals. L'estudi troba que les artistes femenines es representen de forma sexualitzada amb més freqüència que els seus col·legues homes. Kim, Scheufele i Han introdueixen el concepte de *discussion orientation* (la bona disposició per expressar i escoltar en el debat polític, fins i tot quan existeix un desacord) com una explicació dels efectes de l'impacte de la heterogeneïtat de la discussió sobre la participació política. Finalment, Wojcieszak presenta un estudi basat en dades obtingudes de membres d'un fòrum de discussió neonazi, i es basa en l'evidència que la participació en aquests fòrums exacerba un fals consens, és a dir, sobreestima el suport públic a punts de vista propis. L'estudi analitza si el contacte amb diferents xarxes socials *offline* i l'exposició a mitjans de comunicació ideològicament dissímils atenuen el fals consens i la seva relació amb la participació en línia. Contràriament a les prediccions, el contacte amb xarxes diferents no redueix el fals consens, sinó que, i fins i tot, l'exacerba.

Chinese Journal of Communication

Oxford [Regne Unit]: Routledge. Vol. 4 (3), 2011
ISSN: 1754-4750 / 1754-4769 [en línia]



El Chinese Journal of Communication (CJoC) és una publicació que té com a objectiu potenciar els estudis xinesos de comunicació a través de dimensions teòriques, empíriques i metodològiques. Els primers tres articles d'aquest volum se centren en la cobertura de la Xina a les notícies televisives. El primer article, signat per Willnat i Luo, analitza la representació de la Xina als mitjans de 15 països diferents i conclou que només un percentatge petit de televisions estrangeres parlen sobre la Xina a les seves notícies, i els tòpics que dominen la cobertura se centren principalment en la política interna, en la política exterior i en els afers econòmics d'aquest país. Un segon article de Lee, Chan i Zhou realitza una anàlisi comparativa de dades procedents de 14 països i analitza com les televisions d'aquests països han cobert els esdeveniments i les controvèrsies al voltant dels jocs olímpics que van tenir lloc a Beijing i se centren, principalment, en les nocions de *domesticació* i *politització*. El tercer article, de Lin, Lo i Wang, investiga si existeix biaix en les notícies internacionals a la televisió de la Xina, de Hong Kong i de Taiwan. L'anàlisi de 565 peces mostra com les notícies internacionals se centren principalment en un país, els Estats Units, es concentren en temes polítics i d'interès internacional, i es presenten de forma considerablement sensacionalista. L'altre bloc de la revista està format per tres articles amb recerques conduïdes al Canadà, Bèlgica i Alemanya que inclouen, a més de la televisió, la premsa escrita i els mitjans en línia. Així, Goodrum, Godo i Hayter examinen la forma en què es representa la Xina als mitjans canadencs, i de Swert i Wouters presenten un article interessant en què comparen la diferent cobertura de dues televisions belgues: la televisió pública disposava d'un corresponsal a la Xina, mentre que la televisió privada no en tenia. Els autors conclouen que mentre els corresponsals exteriors proporcionen una cobertura de qualitat en diferents fronts al mateix temps, no es van trobar diferències significatives en les notícies. Finalment, Wilke i Achatzi analitzen com dos diaris alemanys van cobrir les notícies sobre la Xina del 1986 al 2006 i destaquen l'augment significatiu de l'economia com a tema principal a les notícies i com tots dos diaris diferien en la seva cobertura d'acord amb la seva línia ideològica.