

Revista de revistas

TELOS: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad
Madrid: Editorial Fundesco. Núm. 88, julio-septiembre 2011. ISSN: 0213-084X



TELOS dedica el monográfico de este número a la cultura digital. En su *Dossier* central encontramos una interesante introducción de Enrique Bustamante sobre la vieja y la nueva cultura, donde la nueva cultura no es una mera prolongación de la cultura analógica. Entre otros artículos, destacan el de Lacasa y Villalonga sobre la digitalización de la ópera con la proliferación de sus productos secundarios (cines, DVD, Internet y televisión) y terciarios (fragmentos), que destacan sin reducir la grandeza del género. De Vicente Gómez aborda las aportaciones de la digitalización en las artes plásticas. García Cantero realiza una prospectiva sobre los caminos inevitables de la cibercultura, que impone una transformación en las nuevas realidades artísticas y culturales del público. Ramón Zallo también colabora en este dossier dibujando una panorámica sobre las paradojas de la cultura digital, poniendo de relieve el contraste entre las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales y las incapacidades del sistema político y económico para potenciarlas. Como autor invitado, Martín Becerra, investigador de la Universidad de Quilmes (Buenos Aires, Argentina), plantea la problemática de la “incubación de una nueva cultura digital en América Latina” y cómo la convergencia tecnológica está construyendo una nueva cultura, tanto en la oferta como en los usos sociales. Por otra parte, Pilar Carreras contextualiza críticamente las nuevas prácticas interactivas de los usuarios en las redes sociales con las teorías de la comunicación. Y Anton Planells compara los lenguajes del cine primitivo y el desarrollo inicial de los videojuegos en los años setenta. En la sección *Análisis* encontramos el artículo de Juan José Muñoz, en el que analiza la regulación española de la clasificación de largometrajes por grupos de edad. Manuel Armenteros aborda el análisis de la tecnología del 3D estereoscópico, y muestra los videojuegos e internet como elementos claves del futuro de la imagen. Finalmente, en la sección *Experiencias*, un equipo de investigadores de la Universidad Rey Juan Carlos analiza la autorregulación de la comunicación, tomando como objeto de análisis la experiencia de la publicidad –y en concreto, la alimentación infantil–, y pone de relieve las virtudes de la doctrina y la práctica de la autorregulación, de su marco europeo y de su adaptación española.

Derecho a Comunicar

México D. F., México: Asociación Mexicana de Derecho a la Información. Núm. 2, mayo-agosto del 2011
ISSN: 2007-137X

Editada por la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, este segundo volumen de Derecho a Comunicar está dedicado a la comunicación y a la salud, entendida como los mensajes dentro de las instituciones dedicadas a la salud, la información sobre temas médicos desde centros de investigación y su comunicación a la sociedad, así como la comunicación entre médicos y pacientes. El volumen recoge un conjunto de interesantes artículos. García Canclini presenta una colección de iniciativas para reformar los medios de comunicación que incluye la calidad y la diversidad de los medios como expresión de la sociedad formada por públicos complejos, activos y críticos que cada vez se resignan menos a ser meros receptores de contenidos. Julio Amador Bech cuestiona la perspectiva de autores como Shannon y Weaver, a los que critica que no estudian la complejidad de la comunicación humana. El autor apuesta por una aproximación hermenéutica a la comunicación humana, especialmente la comunicación interpersonal. Micheline Frenette y Pedro Reyes revisan diferentes enfoques para comprender la influencia de los medios de comunicación y proponen el uso de técnicas de mercadotecnia en campañas para promover mensajes de servicio público, como las campañas contra el tabaquismo. Otro artículo a destacar es el texto firmado por Olga Bustos-Romero sobre las imágenes del cuerpo que la exposición a contenidos publicitarios puede suscitar entre estudiantes de bachillerato en Ciudad de México. El texto subraya las diferencias entre hombres y mujeres adolescentes en la apreciación de su propio cuerpo. Lucía Stella, Luz Elena Tamayo y Guadalupe Chávez presentan una investigación sobre la formulación de políticas públicas diseñadas a partir de las inquietudes y la condición de sus destinatarios. De la relación médico-paciente se encarga el artículo de Fernandes Araujo, en el que se sugiere que los médicos deben reconocer a sus pacientes como interlocutores con derecho a recibir toda la información y las explicaciones que les ayuden a comprender su enfermedad. Finalmente, Carola García Calderón describe en su artículo las difíciles relaciones entre medios de comunicación, fabricantes de alimentos y autoridades reguladoras en México, y muestra como la autorregulación de medios y de fabricantes es totalmente insuficiente.

Versión disponible en línea:

<<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 línea]



Este número de la prestigiosa revista *Journal of Communication* (ocupa el segundo lugar en el ISI Journal Citation Reports Ranking) recoge entre sus artículos un estudio realizado por Malcolm R. Parks que examina cómo las teorías de *taste performance*, *identity warranting* y *social capital formation* pueden aplicarse a conductas halladas en la red

social *MySpace*. A continuación, el artículo de Lee Humphreys explora cuestiones de privacidad y de vigilancia en las nuevas tecnologías interactivas. El proyecto examina las percepciones de los usuarios de redes sociales móviles sobre su privacidad, y comprueba que gran parte de las personas estudiadas no estaban preocupadas por su privacidad porque pensaban que tenían bajo control su información personal. El artículo de Druckman y Bolsen analiza cómo los individuos forman sus opiniones sobre las nuevas tecnologías y ofrece una idea de la formación de opiniones a través del tiempo. Otro artículo, "A Communicative Approach to Social Capital", elabora una aproximación comunicativa en el capital social y presenta la comunicación como fuente fundamental de integración social. Los autores ofrecen evidencias de que las variables que conforman la comunicación, como la atención a las noticias, fomentan la participación social. La percepción de los riesgos del calentamiento global (*global warning*) y el apoyo a ciertas políticas es abordado por Zhao, Leiserowitz, Maibach y Roser-Renouf. Los autores presuponen que la atención a las noticias sobre ciencia y medio ambiente se encuentra asociada a las creencias sobre el calentamiento global y a una mayor percepción del riesgo. Realizan un estudio de opinión entre 2.164 adultos que confirma la hipótesis y apoya el modelo de mediación cognitiva en el aprendizaje de las noticias. Hoffner y Rehkoff analizan las percepciones hostiles hacia la prensa y examinan la influencia de los medios antes y después de las elecciones presidenciales estadounidenses de 2004 entre jóvenes votantes republicanos y demócratas. El estudio concluye que la percepción de medios hostiles es mayor entre republicanos, especialmente entre los seguidores de *Fox News*. Finalmente, Lee y Monge presentan una investigación en la que examinan los patrones evolutivos y los factores determinantes de las redes multiplex de comunicación organizacional.

Communication Research

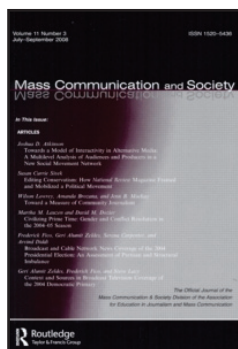
Londres [Reino Unido]/Thousand Oaks [Estados Unidos]: SAGE Publications. Vol. 38 (4), 2011
ISSN: 0093-6502 / 1552-3810 [en línea]

Este número de la revista *Communication Research* presenta seis artículos de gran calidad. En primer lugar, el artículo de Bakker y de Vreese analiza el papel de los medios tradicionales y de Internet en la participación política de los jóvenes entre 16 y 24 años. El artículo toma como punto de partida la idea de *uso diferencial de los medios* para analizar la relación entre el uso de medios (prensa, televisión e internet) y las formas de participación política *offline* y *online*. Los autores muestran que el uso de internet está relacionado con diferentes formas de participación política, mientras que la relación entre la mayoría de usos de los medios tradicionales y la participación es más débil. A continuación, Grabe y Samson presentan un estudio experimental en el que analizan la influencia de la sexualización de una presentadora de noticias en las evaluaciones que la audiencia hace de ella como profesional y en la capacidad de retener las noticias presentadas. Los participantes hombres encontraron que una presentadora sexualizada estaba menos preparada para informar sobre guerras y política, y retuvieron menos información. Entre las mujeres participantes, en cambio, no se encontraron diferencias en la evaluación de la competencia para dar información política o sobre conflictos entre una presentadora sexualizada y una presentadora *asexualizada*, aunque las mujeres retuvieron más información cuando la información era presentada por una mujer sexualizada. Un tercer artículo, firmado por Ramasubramanian examina cómo la exposición mediática a personajes afroamericanos estereotipados influye en las creencias estereotipadas sobre los afroamericanos formadas en el mundo real, en los prejuicios hacia este grupo y en la falta de apoyo a políticas afirmativas a favor de las minorías. El artículo discute las implicaciones para los estudios de entretenimiento y de comunicación política. Los otros tres artículos del volumen abordan cuestiones relacionadas con la interacción social (cómo los individuos detectan los objetivos de otras personas), las emociones (el artículo utiliza el modelo de "turbulencia relacional") y la comunicación interpersonal (se analiza la asociación entre la incertidumbre relacional, la intimidad sexual y la satisfacción sexual en las relaciones de pareja).



Mass Communication and Society

Oxford [Reino Unido]: Routledge. Vol. 14 (4), 2011
ISSN: 1520-5436 / 1532-7825 [en línea]



En este número de *Mass Communication and Society* destaca el artículo de Jung, Kim y Gil de Zúñiga, donde investigan el papel del conocimiento político y la eficacia como mediadores entre la comunicación y la participación política *online* y *offline*. Los resultados sugieren que conocimiento político y eficacia funcionan como significativos mediadores, además de constatar la creciente

importancia de Internet por cuanto facilita la participación política. Shortell aborda la controversia entre creacionistas y biólogos realizando un análisis del discurso de su cobertura en prensa entre septiembre y diciembre de 2005. El artículo de Callister, Stern, Coyne, Robinson y Bennion analiza la representación de las conductas sexuales de adolescentes y adultos en películas centradas en adolescentes desde 1980 hasta 2007. El análisis muestra que estas películas están repletas de besos apasionados y diálogo sexual, pero contienen muy pocas escenas de sexo implícito. El estudio también revela que estas películas son relativamente pobres en cuanto a los mensajes sobre prácticas sexuales seguras e información sobre los riesgos de salud asociados con el sexo. Aubrey y Frisby desarrollan un sistema de codificación para medir la sexualización y su correlación en los vídeos musicales. El estudio muestra que las artistas femeninas son representadas de forma sexualizada con más frecuencia que sus colegas hombres. Kim, Scheufele y Han introducen el concepto de *discussion orientation* (la buena disposición para expresar y escuchar en el debate político, incluso cuando existe un desacuerdo) como una explicación de los efectos del impacto de la heterogeneidad de la discusión sobre la participación política. Finalmente, Wojcieszak presenta un estudio basado en datos obtenidos de miembros de un foro de discusión neonazi, y se basa en la evidencia de que la participación en estos foros exagera un falso consenso, es decir, sobreestima el apoyo público a propios puntos de vista. El estudio analiza si el contacto con diferentes redes sociales *offline* y la exposición a medios de comunicación ideológicamente disímiles atenúan el falso consenso y su relación con la participación en línea. Contrariamente a las predicciones, el contacto con redes diferentes no reduce el falso consenso, sino que, incluso, lo exagera.

Chinese Journal of Communication

Oxford [Reino Unido]: Routledge. Vol. 4 (3), 2011
ISSN: 1754-4750 / 1754-4769 [en línea]



El Chinese Journal of Communication (CjoC) es una publicación que tiene como objetivo potenciar los estudios chinos de comunicación a través de dimensiones teóricas, empíricas y metodológicas. Los primeros tres artículos de este volumen se centran en la cobertura de China en las noticias televisivas. El primer artículo, firmado por Willnat y Luo, analiza la representación de China en los medios de 15 países diferentes y concluye que sólo un pequeño porcentaje de televisiones extranjeras hablan sobre China en sus noticias, y los tópicos que dominan la cobertura se centran principalmente en su política interna, su política exterior y los asuntos económicos de este país. Un segundo artículo de Lee, Chan y Zhou realiza un análisis comparativo de datos procedentes de 14 países y analiza cómo las televisiones de estos países han cubierto los acontecimientos y las controversias en torno a los juegos olímpicos que tuvieron lugar en Beijing y se han centrado, principalmente, en las nociones de domesticación y politización. El tercer artículo, de Lin, Lo y Wang, investiga si existe sesgo en las noticias internacionales en la televisión de China, de Hong Kong y de Taiwán. El análisis de 565 piezas muestra cómo las noticias internacionales se centran principalmente en un país, Estados Unidos, se concentran en temas políticos y de interés internacional, y son presentadas de modo considerablemente sensacionalista. El otro bloque de la revista está formado por tres artículos con investigaciones conducidas en Canadá, Bélgica y Alemania que incluyen, además de la televisión, la prensa escrita y los medios *online*. Así, Goodrum, Godo y Hayter examinan la forma en que se representa China en los medios canadienses, y de Swert y Wouters presentan un interesante artículo en el que comparan la diferente cobertura de dos televisiones belgas: la televisión pública disponía de un corresponsal en China, mientras que la televisión privada no. Los autores concluyen que mientras los corresponsales exteriores proporcionan una cobertura de calidad en diferentes frentes al mismo tiempo, no se encontraron diferencias significativas en las noticias. Finalmente, Wilke y Achatzi analizan cómo dos periódicos alemanes cubrieron las noticias sobre China desde 1986 a 2006 y destacan el aumento significativo de la economía como tema principal en las noticias y cómo ambos diarios diferían en su cobertura según su línea ideológica.