

# Revistas iberoamericanas sobre Comunicación

## *Komunikazioari buruzko aldizkari iberoamerikarrak*

### Latin American Journals of Communication

**Alazne Aiestaran Yarza<sup>1</sup>**

**zer**

Vol. 16 - Núm. 31  
ISSN: 1137-1102  
pp. 285-296  
2011

En la selección de publicaciones llevada a cabo para esta edición se constata el interés que suscitan las redes sociales virtuales en los diferentes ámbitos de la comunicación. Entre todas las que se estudian, existen numerosas referencias a Facebook. Según datos que recogen algunos estudios publicados en las revistas que se han recopilado en este apartado, los usuarios registrados en Facebook rondan los 500 millones de personas en el planeta. Las cifras son la evidencia de que las redes sociales están cada vez más presentes en la sociedad y que contribuyen nuevas formas de comunicación.

Desde el punto de vista de la publicidad, se subraya la revolución que, dentro de las herramientas de la Web 2.0, han supuesto las redes sociales en materia de mercadotecnia y publicidad. Éstas se perfilan como la garantía del éxito en el futuro y, a pesar de sus inconvenientes, los estudios concluyen que las ventajas superan los inconvenientes. Asimismo, en el nuevo entorno donde los teléfonos móviles están multiplicando sus funciones, es fundamental la preparación de los profesionales que sepan utilizar y conducir las posibilidades del mensaje publicitario a través de las redes sociales.

Las investigaciones que se ocupan de la información señalan que la participación ciudadana mediante las redes sociales puede coadyuvar a generar opiniones, propuestas, comentarios, sugerencias, información, e incluso modificar el procedimiento de la producción informativa. Pese a que los contenidos que crean y difunden esos usuarios no podrían considerarse información periodística desde el punto de vista académico, el hecho de poner esos temas en conocimiento de la audiencia en las redes sociales y la transformación de los mismos, pueden posteriormente convertirlos en asuntos que entren a formar parte de la agenda mediática y, en consecuencia, sean tratados por los profesionales de la comunicación. De ahí el interés de los medios de comunicación por incorporar las herramientas de las redes sociales a sus ediciones digitales. No sólo los medios de comunicación de masas, las publicaciones especializadas también han recurrido a las herramientas de las Web 2.0 para la difusión de sus contenidos. Ejemplo de ello es la Revista Latina de Comunicación Social que ha au-

<sup>1</sup> Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, alazne.aiestaran@ehu.es

mentado su difusión y ha reforzado su visibilidad mediante la utilización de las redes sociales. Los resultados de su análisis concluyen que las redes sociales han contribuido a un mayor impacto de la revista entre su público receptor. Las investigaciones más críticas en torno a la información alertan de la banalización y la superficialidad de los contenidos cada vez más evidentes gracias al uso de las redes sociales.

Los artículos que centran su atención en la comunicación política apuntan que las redes sociales se constituyen como un canal apropiado para poner en funcionamiento el marketing político 2.0. Del mismo modo, inciden en la necesidad de hacer un uso activo de las redes sociales por parte de la clase política.

Los resultados obtenidos de los estudios realizados en el ámbito de la educación confirman que las redes sociales se erigen como herramientas de gran influencia en las relaciones de los más jóvenes. De la misma manera, dejan en evidencia el desconocimiento por parte de los usuarios de las condiciones legales y de uso que las regulan.

La mayoría de los trabajos de investigación destacan el carácter democrático, horizontal, participativo y masivo de las redes sociales. Sin embargo, y a pesar de la revolución que han supuesto para el ámbito de la comunicación, no se puede obviar que en el comienzo de la segunda década del siglo XXI la gran mayoría de la población mundial no dispone de acceso a Internet.

**1. *AHCIET: Revista de Telecomunicaciones*** (Madrid: Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones, núm. 126, abril-junio-2011)

Ofrece una entrevista con Alicia Bárcena, Secretaria Ejecutiva de la CEPAL y varios artículos que centran su atención en las TIC como apoyo de diversas actividades en sectores económicos y sociales. El dividendo digital en América Latina, las ciudades digitales, la voz 2.0 y los proyectos de telecomunicaciones rurales son algunos de los temas que propone este número.

**2. *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*** (Sevilla: Universidad de Sevilla, GREHCCO, núm. 19, 2010)

Centra su atención en la realidad virtual en televisión, los retos de la televisión ante el afianzamiento del ecosistema digital, la retórica política en los debates de televisión, el análisis de los programas radiofónicos de las madrugadas de fin de semana y el estudio de las estrategias narrativas utilizadas por Josep Antoni Duran i Lleida presentado en las cortes en 2005. El periodismo literario, la memoria fotográfica a través de la película *Memento*, el análisis de una publicación comarcal y local gratuita de Aragón y los hábitos de consumo y adquisición de la prensa impresa de los universitarios gallegos son otros de los temas que incluyen, a los que se suman los tópicos folclóricos del cine español, la información autonómica de Radio 5, la evolución de la radio privada en Andalucía y las actuaciones exteriores de la política audiovisual de la UE, entre otros.

**3. *Anales de Documentación*** (Murcia: Universidad de Murcia, núm. 14, 2011)

Analiza las técnicas de gestión aplicadas en la serie documental "Expedientes de

obras particulares” en Lisboa, los aspectos más postmodernos de la Ciencia de la Información, los nuevos modos de catalogación temática, la utilización de ontologías en bibliotecas digitales y la repercusión del desarrollo tecnológico en el trabajo de los reporteros-periodistas y los documentalistas.

**4. Anàlisi (*Quaderns de Comunicació y Cultura*)** (Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, núm. 40, 2010)

Presenta artículos sobre la política como proceso comunicacional, la ficción televisiva y los jóvenes, el estado de la cuestión de los modelos de persuasión dual, los desafíos de los análisis interculturales en comunicación del siglo XXI y las tendencias y modelos de alfabetización mediática en Europa. La participación de los usuarios en la creación de contenidos audiovisuales en Internet, las características de los proyectos de narración que utilizan los medios de localización, los videojuegos como espacio para lo social, la investigación en comunicación, cultura y cooperación en la región mediterránea y la competencia digital en el ámbito educativo, completan los contenidos.

**5. Archivos de la Filmoteca: Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen** (Valencia: Institut Valencià de Cinematografia Ricardo Muñoz Suay, núm. 67, 2011)

Este volumen contiene dos apartados: el primero de ellos centra su atención en los paisajes urbanos en el cine y hace un repaso desde Argel a Bombay, y contiene trabajos sobre los retos para el cine argelino, el nuevo cine turco, la nación a través del paisaje de El Cairo, Kabul como escenario de la película Osama y la ciudad en el cine indio, entre otros. El segundo, dedicado al trabajo de Harry Alan Potamkin, trata la postura intelectual y militante de Potamkin en relación al cine en los años 30.

**6. Área Abierta** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, núm. 29, julio 2011)

Estudia el nuevo panorama de la publicidad en el teléfono móvil, el arte del cortometraje tomando como referencia el trabajo de Nacho Vigalondo, la revolución del 3D estereoscópico en la industria audiovisual, la presencia del teatro en los medios de comunicación de España y la enunciación en Ciudadano Kane.

**7. Capçalera** (Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, núm. 152, julio 2011)

Publica un dossier especial que reflexiona en torno al futuro del periodismo y de los retos a los que se enfrenta la profesión. Asimismo, se ocupa del Premio Internacional de Periodismo Manuel Vázquez Montalbán, el debate sobre el patrimonio fotográfico de Cataluña, las experiencias de los periodistas catalanes en los diversas revueltas históricas, la conferencia del veterano periodista Gay Talese, las manipulaciones y la credibilidad de las imágenes, la polémica del programa “Camaleó” y el proceso de transformación de los medios en China e India. Este número incluye una entrevista que recoge la trayectoria del periodista Martí Anglada y dialoga con Roger Jiménez y Ana Jiménez sobre la profesión del periodismo.

**8. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación** (Quito: CIESPAL, núm. 113, marzo 2011)

Analiza la radiotelevisión pública latinoamericana y los desafíos que debe afrontar en la era de la TDT. La concentración de las industrias mediáticas, sus mercados y la diversidad cultural ocupan también varias de sus páginas, junto a las relaciones entre los poderes económicos y mediáticos, la misión y responsabilidad social corporativa de las empresas editoras de los principales diarios latinoamericanos, la correspondencia de los medios de comunicación españoles con la Cooperación Internacional y la construcción identitaria de dos grupos de jóvenes argentinos denominados “chertos” y “cumbieros”.

**9. CIC: Cuadernos de Información y Comunicación** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, vol. 16, 2011)

Este volumen centra su atención en la inmediatez, la hipermediación y la remediación en el marco de las nuevas tecnologías, los cambios de la teoría de la información ante las nuevas tecnologías de la comunicación, la realidad virtual, la mímesis y simulación, el concepto de la intermedialidad, el análisis de contenidos digitales, las propiedades de los servicios y contenidos abiertos en red, los nuevos escenarios en la Web 2.0, los cambios profesionales y sociales de los medios de comunicación, las funciones, las necesidades y los usos de los correos electrónicos y el análisis del fenómeno WikiLeaks.

**10. Comunicação & Sociedade** (São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, núm. 55, 2011)

Abre el volumen un trabajo en torno a los retos que enfrenta la creación de una comunidad emergente de investigación como producto del desarrollo de ciber-cultura. Además, publica artículos sobre el papel del autor en la Revista brasileña “Piaví”, la comunicación científica y las TIC, reflexiones más allá de la tecnología en relación con la televisión digital en Brasil, el cine como fuente histórica, los medios de comunicación participativa y la ética del individuo en la sociedad del espectáculo.

**11. Comunicación y Sociedad** (Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, núm. 16, julio-diciembre 2011)

Reflexiona acerca del relativismo teórico en comunicación, la modificación de las audiencias en el marco de la ruptura de las barreras nacionales, el desarrollo de los estudios de audiencia en Colombia, las metáforas de la Gripe A utilizadas en dos diarios mexicanos, la normalidad y diversidad sexual a partir de los discursos dominantes en el espacio público, los patrones de consumo de los jóvenes en televisión y cine y la influencia de la Escuela de Columbia en la evolución de los análisis de opinión actuales.

**12. *Comunicación y Sociedad*** (Pamplona: Universidad de Navarra, vol. XXIV, núm. 1, 2011)

Presenta trabajos a cerca de la identificación de la violencia en televisión a partir del discurso, la cobertura de las elecciones generales de España en 2008 por parte de la prensa gratuita, las redes sociales, los medios y las audiencias y la participación de los líderes de opinión de Twitter en Colombia, Venezuela e Irán. Las claves del debate de la financiación de la televisión pública en España, los clubs de fútbol español como multinacionales del entretenimiento, historia de la telenovela en España, el antropomorfismo para difundir la ciencia por televisión y el encuadre de la publicidad de las ONG, completan el volumen.

**13. *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*** (Caracas: Centro Gu-milla, núm. 153, 2011)

Este número, dedicado a los umbrales digitales, cuenta con textos que reflejan los cambios en el ecosistema de medios de comunicación, los nuevos medios que han surgido a partir de la convergencia de medios tradicionales con las tecnologías digitales e Internet, así como las transformaciones de los procesos de comunicación actuales marcados por la hibridación. Se suman a esos trabajos la historia de la imagen estática, el uso de Twitter en los medios de comunicación social de Venezuela, el perfil del periodista en ese país ante los cambios tecnológicos y el sentido y la utilización diaria de las TIC de comunicación móvil.

**14. *Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*** (Huelva: Grupo Comunicar, vol. XIX, núm. 37, octubre 2011)

Contiene un dossier dedicado a la universidad red y en red con artículos que hacen referencia a las transformaciones que la red ha generado en la universidad, la flexibilidad de la participación en la educación superior, la metodología “design thinking”, los diseños de aprendizaje innovadores universitarios, las oportunidades y desafíos del aprendizaje en red, la evolución de las redes de aprendizaje y la enseñanza en red, la visión que los estudiantes en red de periodismo tienen sobre sus estudios y el uso de internet de las personas mayores activas. Además, se ocupa de analizar los valores que mediante la televisión perciben los adolescentes, el grado de adopción del ciberperiodismo y de la Web 2.0 en Latinoamérica, la representación de los jóvenes en las “teen series”, el efecto boomerang en los mensajes anti violencia y el uso de las TIC en la docencia.

**15. *Conexiones. Revista Iberoamericana de Comunicación: Red Interuniversitaria de Estudios de Comunicación***. (Zaragoza, vol. 2, núm. 2, 2011)

Monográfico que se interesa por la relación del discurso de los medios, la comunicación y el consumo, recopila artículos sobre éste y la ciudadanía actual, y el consumo en las actitudes políticas de los jóvenes latinoamericanos. También presta atención a la construcción de la ciudadanía en relación a la comunicación, educación y consumo, el estudio del discurso de la publicidad, el consumo y la telenovela, el marketing en la cibercultura y la moda actual como señal de multiculturalidad.

**16. *Contratexto: Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima*** (Lima: Universidad de Lima, núm. 19, 2011)

Estudia la evolución del monitoreo de los medios en México, el papel de éstos en el recrudecimiento o transformación de los conflictos, los retos de la televisión en México, y la comunicación y diversidad intercultural. La revista se completa con el discurso del sujeto en las perspectivas de Pécheux y Voloshinov, y con el del film “Good Bye Lenin!”, seguido de un análisis de la “inmersión” en los videojuegos, las “audiencias activas” y su repercusión en las rutinas profesionales del periodismo chileno y la vinculación de la esfera pública con las relaciones públicas.

**17. *Cuadernos de Información*** (Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, núm. 28, junio 2011)

Publica un dossier dedicado a las políticas públicas con textos referente a la importancia de las políticas públicas en materia de telecomunicaciones y TIC, las políticas audiovisuales del Mercado Común del Sur, la transparencia de los medios audiovisuales españoles, la redefinición de los valores-noticia en la cobertura política en Brasil y la distopía de las propagandas industriales y ambientalista. De igual manera, este ejemplar contiene artículos acerca de la representación de las personas en situación de pobreza en los medios de comunicación argentinos, la ausencia de los valores periodísticos en los medios ciudadanos, los vínculos entre personas y ciberespacio, los retos profesionales de los periodistas chilenos y las complejas relaciones entre periodistas y políticos en las campañas electorales argentinas.

**18. *Derecho a Comunicar. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información***. (México D.F: núm. 2, mayo-agosto 2011)

El tema central de este número gira en torno a la comunicación y la salud con artículos sobre el rol de los medios de comunicación en trastornos como la bulimia y la anorexia, el periodismo de salud y las fuentes de información en Portugal, las pautas para escoger noticias científicas utilizadas en las publicaciones de empresas, el enfoque de la política nacional de humanización en las series de televisión de Brasil y la promoción de la salud y la comunicación interpersonal, entre otros. Asimismo, incluye reflexiones acerca de la calidad y la diversidad en los medios de comunicación actuales, los modelos estructurales de comunicación, la repercusión de las ciencias de la comunicación en las campañas sociales y la ley de servicios de comunicación audiovisual en Argentina.

**19. *Diálogos de la comunicación*** (Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, núm. 82, septiembre-diciembre 2010)

Monográfico dedicado al derecho humano a la información, cuenta con artículos referentes a la libertad de expresión para una nueva sociedad, la legislación sobre la privacidad e intimidad en Bolivia, el derecho a la información y los nuevos modelos de la comunicación de masa, el periodismo público-ciudadano, la relación entre medios y fuentes de información desde la agenda-building, Framing y el Indexing, la

re-conceptualización de la libertad de expresión, los derechos de los trabajadores de prensa en Bolivia, el derecho de la ciudadanía a estar informada en caso de crisis de salud pública y el derecho a la información judicial, entre otros.

**20. *Doxa. Comunicación: Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*** (Madrid: Universidad San Pablo-CEU, núm. 12, mayo 2011)

Aborda temas relacionados con el tratamiento de las drogas en publicaciones dirigidas a adolescentes como mediadoras sociales, la transformación de la planificación estratégica en publicidad, la evolución de las industrias cinematográficas de Hollywood y Europa, las webs de las ONG españolas, los contenidos publicitarios desleales en la radio de España, la crisis estructural de la profesión periodística, la evolución del concepto familiaridad de marca y las pautas para investigar y elaborar un trabajo de fin de carrera o fin de grado.

**21. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*** (Maracaibo: Universidad del Zulia, vol. 8, núm. 2, septiembre 2011)

Este volumen reflexiona en torno a una lectura crítica sobre las relaciones entre lenguaje científico y lenguaje natural, los desafíos del investigador en la elaboración de conocimiento en el campo social, la importancia de la economía de conocimiento en el crecimiento económico de largo plazo en México y los contenidos abiertos en la participación de las personas y colectivos en la sociedad digital, entre otros.

**22. *Estudios sobre el mensaje periodístico*** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, vol. 17, núm. 1, 2011)

Divulga artículos sobre una propuesta para el análisis crítico del discurso en la prensa de Chile y Perú, la metodología para el análisis de textos de periodismo de investigación, la tertulia en los medios públicos de España, las características de los cibermedios gallegos, el modelo de noticia en televisión, el tratamiento de la mujer en la prensa española, la proposición de ley del Estatuto del Periodista Profesional, las redacciones de los medios locales y comarcales en Cataluña, la crítica literaria en los comienzos del periodismo, el neoconservadurismo en las estructuras mediáticas, la historia de la prensa impresa en India y la tratamiento de la obesidad infantil en la prensa de España.

**23. *Global Media Journal. Edición Iberoamericana*** (Monterrey: ITESM, vol. 8, núm. 15, primavera 2011)

Este número contiene investigaciones que hacen referencia al análisis del impacto de la violencia en los medios de México, el consumo de los contenidos políticos de los jóvenes, la conflictividad laboral desde la perspectiva del framing, el estudio de recepción en la comunicación política, la preocupación de la institucionalización de los estudios en comunicación de Chile y Argentina y el papel de los medios en la violencia urbana de Veracruz.

**24. *Historia y Comunicación Social*** (Madrid: Universidad Complutense, núm. 15, 2010)

La globalización y sus efectos en las lenguas y los medios de comunicación son parte de las reflexiones que se incorporan en este número, junto con textos sobre la necesidad de la alfabetización digital y mediática para la comprensión de un mundo multicultural, la pluralidad lingüística en la era de la globalización, la evaluación del español en la ciencia e internet, la estructura de la comunicación audiovisual multimedia, la globalización de la marca, la organización de los medios de comunicación chinos en el escenario de la globalización y los cambios que las nuevas tecnologías han provocado en el consumo de periódicos en Europa.

**25. *Icono 14*** (Madrid: Icono14.net-Asociación Científica de Investigación de las NNTT de la Educación, vol. 9, núm. 3, 2011 )

Monográfico que analiza el discurso de la sexualidad en el cine, cuenta con trabajos sobre las representaciones de los adolescentes homosexuales en el cine español, los guiones de cine que asocian la homosexualidad con la muerte, las relaciones de poder y representaciones sexuales en el porno para mujeres y la pospornografía, las películas eróticas de la Transición, el conflicto heterosexual en el cine iraní, la lectura “queer” de la película “Tacones lejanos”, la visibilidad y diversidad lésbica en el cine español actual, los modelos de masculinidad en el cine español de la Transición, las limitaciones del orden patriarcal expuestas en “Eyes wide shut” de Kubrick y la sexualidad en el cine de Kim Ki-Duk.

**26. *Infoamérica-ICR (Iberoamerican Communication Review)*** Universidad de Málaga, núm. 5, enero-abril 2011)

Este número, dedicado íntegramente a la alfabetización mediática, cuenta con artículos sobre su desarrollo histórico, los modelos de estudio actuales, el proceso de la UE para la creación de los indicadores mediáticos, los instrumentos de monitoreo de los programas de alfabetización digital, el rol de la alfabetización mediática en las reformas de la gobernabilidad, la educación mediática de los escolares chinos y estadounidenses, la juventud ante los medios digitales, la educación y los medios en Brasil y los desafíos a los que Europa se enfrenta en materia de alfabetización digital.

**27. *Interacción: Revista de Comunicación Educativa*** (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 53, septiembre 2011)

Reflexiona sobre el rol de los maestros ante los conflictos generacionales, el trabajo y la función del maestro en el entorno actual, la dignidad en la educación, los enfoques de la docencia y la investigación, el papel de los educadores como transformadores de la realidad social, las incertidumbres que plantea el uso de las TIC en la docencia, las nuevas conductas humanas generadas por las redes sociales, los desafíos de la radio ciudadana y el fenómeno del bullying.



**28. MATRIZes** (São Paulo: Universidade de São Paulo, Vol. 4, núm 2, 2011)

Publica un dossier dedicado a las perspectivas de los derechos de autor en los estudios de comunicación. Incluye artículos sobre las oportunidades de los jóvenes en la alfabetización en internet, la importancia de recuperar la historia de los medios de comunicación, el derecho a la comunicación y la representación de la diferencia cultural, las redes sociales e internet en los estudios de recepción, hábitos y usos de los medios de comunicación y la visibilidad de los medios de comunicación en la cibercultura. Además se ocupa de las políticas públicas de la televisión digital, el periodismo, la convergencia y la formación del lector, las tipologías conceptuales para la imitación estética de la publicidad y el análisis comparativo entre el periodismo de la red Globo y la BBC.

**29. Mediaciones Sociales** (Universidad Complutense de Madrid, Núm 8, 2011)

Centra su atención en los estudios de comunicación en Brasil, las tendencias en la sociedad mediatizada, la propuesta de una categorización del poder mediático, la imagen de la sociedad urbana contemporánea en la telecomedia española, la cobertura de los medios y la identidad territorial en el sur de Brasil y la mediatización digital en los telecentros de acceso público en Brasil.

**30. Palabra Clave** (Bogotá: Facultad de Comunicación Social de la Universidad de La Sabana vol. 14, núm. 1, 2011)

Bajo el título “Comunicación estratégica”, este volumen recopila trabajos acerca de la gestión estratégica de la comunicación interna, la crisis transnacional originada a partir del caso “Chiquita Brands”, el efecto de las redes sociales en la creación de la agenda mediática, los mitos y las representaciones simbólicas en la campaña de Barack Obama, el discurso político en la publicidad del consumo en la televisión, el periodismo ciudadano como aporte de la profesión y la construcción de la violencia urbana en los medios impresos.

**31. Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias** (Valladolid: Universidad de Valladolid-Universidad Complutense de Madrid, vol. 4, núm. 2, 2010)

Estudia la ecología de la comunicación en relación a la actual opulencia comunicativa, los rasgos socio y psicolaborales de los profesores universitarios de publicidad, los arquetipos que ofrece el spot electoral, las tendencias más presentes en la composición y diseño del cartel de cine, el desafío de la medición de la audiencia en los “Social Media”, el rol que debe cumplir la publicidad ante una crisis socio ambiental y económica, los códigos deontológicos y jurídicos en los spots de juguetes, los elementos literarios en la publicidad, los parámetros estratégicos de la elaboración de campañas de publicidad social, la presencia y el uso de voces femeninas en los spot de la radio española, el packaging y el marketing con causa y el spot televisivo de Movistar desde una perspectiva semiótico-lingüística.

**32. *Quaderns del CAC*** (Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, núm. 36 junio 2011)

El monográfico dedicado a la hibridación de géneros en televisión cuenta con artículos sobre la hibridación de los géneros audiovisuales desde la óptica de la ética del periodismo, el infoentretenimiento en las noticias actuales, la hibridación en los programas de televisión y la hibridación entre espectáculo e información en la televisión pública vasca También se ocupa del rol de la televisión como promotor de nuevos conceptos de heroísmo y fama, las representaciones de las relaciones sexuales y afectivas en la serie “Sin tetas no hay paraíso”, la presencia de los colectivos sociales en las noticias de TV3 y la creación de la identidad de la juventud en la ficción televisiva, entre otros.

**33. *Questiones Publicitarias: Revista Internacional de Comunicación y Publicidad*** (Sevilla: Universidad de Sevilla-Grupo de Investigación MAECEI, vol 1, núm. 15, 2010)

Difunde artículos sobre la actitud y la motivación hacia la publicidad interactiva en televisión, las tendencias que caracterizarán las agencias multiculturales en España durante los próximos años, la relación de la publicidad con las redes sociales y los teléfonos móviles, la historia de las agencias de publicidad en España, la propaganda bélica antijaponesa, las consecuencias de la deontología de la publicidad en las conductas de los profesionales, la estructura del “brand-placement” en temas de género en la ficción española y los discursos publicitarios en la India actual.

**34. *Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*** (Monterrey: ITEMS, núm. 77, Agosto-Octubre 2011)

Bajo la coordinación de Betania Maciel este número centra su atención en el estudio de la folkcomunicación y presenta trabajos sobre la evolución y el desarrollo de las expresiones de la comunicación popular, la representación de la mujer en el Carnaval brasileño, la interacción de la audiencia joven de televisión en un pequeño pueblo del noreste de Brasil, las relaciones entre folkcomunicación y medios de comunicación alternativos, los desafíos de la comunicación popular, las redes sociales y la teoría de la comunicación popular, la contribución de la folkcomunicación a la teoría del periodismo, la comunicación popular, mediación e hibridación cultural y las similitudes entre la comunicación popular y Puntos de Cultura (Proyecto del Ministerio de Cultura de Brasil), entre otros.

**35. *Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia*** (Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, vol. 18, núm. 1, 2011)

Publica una entrevista con Jacques Aumont y diversos artículos relativos al cine y la democracia de EE.UU., el estudio de caso de la película de Silvio Tendler Jango, la crítica de cine y la construcción de identidades. El fin de la televisión, la represen-

taciones de las mujeres en las telenovelas, la construcción del discurso en los informativos de televisión, la narración del sufrimiento en los medios de comunicación en los desastres naturales, las teorías de la interpretación, la recepción y consumo de los medios y la intermediación en el mercado de la música digital en Brasil, son otros de los artículos incluidos.

**36. *Revista de Comunicación*** (Peru: Universidad de Piura, núm. 9, 2010)

Divulga trabajos de investigación referentes a las relaciones entre los periodistas parlamentarios y los diputados en España, la situación financiera del Grupo Televisa durante el periodo 2003-2008, la comunicación de crisis de las DMO (Destination Management Organization) en Galicia ante las mareas negras, la contribución de “product placement” en el cine, y el concepto del Documentación/Bibliotecología/ Ciencia de la Información. Otros espacios están reservados a los derechos de autor de los trabajos periodísticos en soportes multimedia, la responsabilidad social, ética y deontológica de los periodistas y la prensa en internet, el sector de la producción independiente en España, la relación entre el desarrollo de una identidad con rasgos narcisistas y el fenómeno de la moda y la labor de los medios de comunicación a la hora de informar sobre sucesos dolorosos.

**37. *Revista Latina de Comunicación Social*** (Tenerife: Universidad de La Laguna, núm. 66, 2011)

Analiza el montaje del documental La pelota vasca. La piel contra la piedra de Julio Medem, los usos y percepciones de Tuenti y Facebook por parte de los estudiantes de la Universidad del País Vasco, la comunicación de los diputados españoles en Facebook, la penetración de las TICs en la Comunidad Valenciana, la situación de la televisión digital terrestre local pública en Cataluña, las teorías cinematográficas sobre la emoción fílmica, el diagnóstico de la publicidad para inmigrantes en España, el análisis del spot electoral negativo, la comparación de los sistemas de autorregulación de la profesión periodística en diversos países de Europa y la divulgación de la Revista Latina de Comunicación Social desde su incorporación en Facebook y Twitter.

**38. *Revista Mexicana de Comunicación*** (México D.F: Fundación Manuel Buendía, núm.123)

Este número centra su atención en las redes sociales y dedica gran parte de los textos a Facebook, que se ha convertido en la red social virtual más utilizada en el mundo. Estudia los orígenes de Facebook, su aportación al desarrollo de la cibercultura, los datos sobre usuarios, su valor creativo, sus políticas de privacidad y su penetración en el mundo. También incluye textos sobre los impactos, dimensiones y tendencias de la red social Twitter, el papel de las redes sociales en la esfera pública o las nuevas configuraciones de comunicación que establecen las redes sociales.

**39. *Sphera Pública: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*** (Murcia: Universidad Católica San Antonio de Murcia, núm. 11, 2011)

Ofrece información acerca de las tácticas persuasivas utilizadas en los anuncios gráficos españoles, la regulación de la publicidad en España, el interés que ha suscitado el análisis de la creatividad publicitaria en el ámbito académico, el papel de la publicidad en la “Super Bowl” americana, los mensajes y valores que difunden los spots de videojuegos y consolas en televisión, la fragmentación de públicos para la efectividad de mensajes en redes sociales, la percepción de la publicidad en internet, la construcción de las marcas turísticas en internet y la publicidad de los productos de alimentación, entre otros.

**40. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*** (Madrid, Fundación Telefónica, núm. 88, julio-septiembre 2011)

Destina su dossier central a la cultura digital dirigido centrado en las artes escénicas, plásticas y cinematográficas. Asimismo, reflexiona sobre la evolución y el futuro de las TIC-s, el éxito del cine americano frente al cine español, el modelo de medios de comunicación latinoamericano y sus efectos sobre la cultura, las experiencias de activismo audiovisual, las variaciones sobre la conversación y la red, la normativa del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, la reaparición de la tecnología 3D estereoscópica y la autorregulación de la publicidad desde el código PAOS.

**41. *Trípodos: Llenguatge, Pensament, Comunicació*** (Barcelona: Universitat Ramon Llull, núm. 27, 2011)

El número actual estudia la televisión y el entretenimiento creativo con el objetivo de dignificar el entretenimiento. Se ocupa de la telerrealidad en la era de los reality shows, el trasvase mediático y la hibridación de géneros, la industria de los formatos o la globalización de las ideas, la evolución de los concursos de televisión españoles, la convergencia de contenidos entre la televisión, internet y los aparatos móviles entre otros. Además, contiene artículos sobre la figura de Paulino Masip, director de La Vanguardia, la transformación de la redacción publicitaria en el siglo XX y la historia de la radio en Cataluña.