

# Revistas iberoamericanas sobre Comunicación

## *Komunikazioari buruzko aldizkari iberoamerikarrak*

### Latin American Journals of Communication

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

**zer**

Vol. 18 - Núm. 35  
ISSN: 1137-1102  
pp. 251-263  
2013

Las redes sociales, la comunicación política y los estudios sobre la imagen de la mujer tienen destacada presencia en varios artículos de las revistas seleccionadas en este volumen. El estudio en las citadas áreas temáticas no es nuevo, pero sigue suscitando el interés de la comunidad científica.

La incursión de las nuevas tecnologías unida a la creciente implantación de internet y el uso de las redes sociales han provocado, entre otros factores, la transformación de la comunicación en todas sus vertientes. Asimismo, las redes sociales han propugnado un nuevo paradigma asociado a la comunicación, la publicidad y el marketing.

La sociedad vive una gran revolución de las tecnologías, en especial los jóvenes y adolescentes, que utilizan diversos espacios que les ofrecen internet y la telefonía móvil para el intercambio de la información y el aprendizaje. Es por ello, que las redes sociales están totalmente integradas en sus relaciones personales y sociales.

Las nuevas tecnologías están influyendo en la forma de hacer periodismo y están modificando el propio modelo de negocio de las empresas periodísticas. Las redes sociales se han convertido ya en una herramienta necesaria para los medios de comunicación.

En las estrategias comunicativas de la publicidad y el marketing las redes sociales han cobrado gran protagonismo en los últimos años, así como en la comunicación de las administraciones públicas.

Las conclusiones de las investigaciones sobre el uso de las redes sociales en el ámbito ligado al ocio y la juventud, al periodismo y a la publicidad y el marketing, dejan en evidencia la escasez de recursos humanos y materiales que se destinan a la comunicación a través de redes sociales, porque todavía hoy, a los medios tradicionales se les atribuye una mayor visibilidad y un mayor impacto. Por otro lado, los análisis ponen de manifiesto la necesidad de diseñar una estrategia de comunicación exclusiva para las redes sociales, donde además de incluir las características propias

---

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

de la comunicacin en cada rea, también incorporen el modo de medir la efectividad comunicativa de los mensajes.

Son varios los trabajos que centran su atención en la comunicación política desde la perspectiva del discurso mediático y de los efectos, desde las estrategias de comunicacin, desde los efectos en medios interactivos y también desde la perspectiva de género. Además, las diferentes campañas electorales y la cobertura de las elecciones siguen siendo foco de atención de los textos de investigación. En todos los casos se ha analizado la cobertura, el tratamiento y el enfoque que las campañas electorales han tenido en los diarios de referencia españoles.

Otro de los temas que ha tenido una presencia destacada en varias de las revistas seleccionadas, es el de la imagen de la mujer en el campo de la comunicación durante todo el siglo XX y XXI. En todos y cada uno de los estudios se constata la invisibilidad de la mujer en el ámbito público y en los cargos de responsabilidad. La mujer sigue sin ser protagonista salvo en áreas específicas y feminizadas, donde su representación continúa siendo estereotipada.

**1. *AHCIET: Revista de Telecomunicaciones*** (Madrid: Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones, 4 edición online, septiembre 2013)

Aprovechando la celebración en septiembre del XIV Encuentro Internacional de Ciudades Digitales de AHCIET, esta edición se centra en el tema de las ciudades digitales, inteligentes o smart cities. Por otro lado, este volumen recopila los temas que se abordaron en el I Congreso Regional de Telecomunicaciones acerca de la importancia que supone el desarrollo digital para América Latina y el cierre de la brecha digital. Incluye una entrevista al grupo argentino Agapornis que gracias a las redes sociales Twitter, Facebook y You Tube han logrado triunfar.

**2. *mbitos. Revista internacional de comunicacin*** (Sevilla: Universidad de Sevilla, GREHCCO, núm. 21, 2012)

Publica artículos sobre la difícil situación que atraviesan los cybermedios locales gallegos para adaptarse a los tiempos de crisis, las estrategias persuasivas en el periodismo deportivo, el tratamiento informativo de las elecciones a la eurocmara de 2009 en la prensa española, el uso de las fuentes de información en la cobertura de los sucesos de impacto en los diarios de referencia en España. Además, incluye trabajos en torno a las promociones en televisión de los TV shows, la imagen que TVE construye de la Reina Sofía, las características de los blogs ciudadanos en las elecciones del 2008, la presencia de la mujer como cargo y fuente en la prensa, las pautas que los medios catalanes valoran para contratar periodistas en el actual entorno de crisis, el audiovisual español en la segunda legislatura de Zapatero y cómo se constituye la industria del ocio audiovisual en España, entre otros.

**3. *Anales de Documentación*** (Murcia: Universidad de Murcia, vol. 16, No 1, 2013)

Analiza el proceso de mediación de información en las organizaciones, los servicios de archivo electrónico en la Administración Pública, las características de las plataformas de distribución y venta de libros electrónicos en el fomento de la literatura infantil y juvenil, los beneficios y perjuicios del voluntariado desde las unidades de información y la captación de recursos externos en bibliotecas o fundraising. También como herramienta de planificación. Además, incluye la traducción de un manual RDF, técnica que concede un conjunto de atributos de marcado para enriquecer la información visual en la web con datos legibles por máquinas.

**4. *Anl'isi*** (Quaderns de Comunicació y Cultura) (Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, núm. 48, 2013)

Monográfico dedicado a la alfabetización mediática y su impacto en los jóvenes y adolescentes, difunde artículos sobre la educación en medios, el fenómeno fandom y las habilidades mediáticas, las investigaciones sobre menores y medios de comunicación, el uso que los niños egipcios hacen de los medios de comunicación, el reto actual para empoderar a la juventud en la utilización de los medios de comunicación, las redes sociales como herramienta de participación de los jóvenes y la percepción de los riesgos de la red por parte de los menores.

**5. *Archivos de la Filmoteca: Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen*** (Valencia: Institut Valencià de Cinematografia Ricardo Muñoz Suay, núm. 71, 2013)

El actual número presenta trabajos divididos en tres partes. En el apartado denominado Cuadro cuenta con investigaciones sobre el programa de Cine en Construcción latinoamericano en el contexto de los festivales de cine internacional, la filmografía del director de cine boliviano Jorge Sanjinés, el nuevo cine colombiano independiente, el tratamiento de la infancia en la filmografía del director portugués Manoel de Oliveira y el concepto de canon cultural en el cine español, entre otros. En la sección Fuera de Cuadro analiza la importancia de la política cinematográfica llevada a cabo por Pilar Miró y el proceso cinematográfico como proceso creativo. En el bloque de Filmoteca aborda cuestiones en torno a la conservación del patrimonio gráfico cinematográfico y el proceso de catalogación, conservación y digitalización de los archivos gráficos de las filmotecas españolas.

**6. *¿rea Abierta*** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Vol. 34, No 2, 2013)

Segundo número monográfico dedicado a las visiones contemporáneas del héroe, estudia la figura del doble en el relato audiovisual, la construcción del protagonista de la película "El caso Bourne", el personaje del Doctor House a través de la recreación de un arquetipo mítico basado en el detective literario Sherlock Holmes, la fractura

y la fragmentación del héroe y el villano en la película *El Protegido* y Peter Pan como héroe en permanente crisis en sus distintas recreaciones.

**7. Cap alera** (Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, núm. 161, septiembre 2012)

Dedica su dossier central al periodismo científico que incluye textos sobre los retos que deben afrontar los periodistas científicos ante las empresas, la pseudociencia y la ingente cantidad de fuentes de información, cómo afecta la crisis al periodismo científico y a los profesionales especializados en esa área, la transformación del periodismo científico en la era digital, la complicada labor de los gabinetes de comunicación científicos como vínculo entre empresas de investigación y los medios y las infografías en las ilustraciones del periodismo científico. Además, reflexiona sobre la función de las redes sociales en el periodismo como herramienta para contrastar información y la precaria situación de los periodistas freelance y su repercusión en la deontología.

**8. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación** (Quito: CIESPAL, núm. 122, junio 2013)

La presente edición reflexiona acerca del periodismo público de Miralles en Colombia, la confrontación entre el poder político y los medios privados en Ecuador, los estándares de calidad de la información como garantía de un periodismo ético y responsable, la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en los medios de comunicación de América Latina, la comunicación de la ciencia, el tratamiento de la ciencia y la tecnología en el diario *O Liberal* de la Amazonia brasileña, la forma de contar la historia, la narratividad audiovisual y la pertinencia de la serie de dibujos animados *La asombrosa excursión de Zamba*, el uso del cine 3D como herramienta educativa y de los medios digitales en Ecuador. Además incluye una entrevista al fotógrafo Francois Cocco Lasso sobre la necesidad de transformar el pensamiento en torno a la fotografía.

**9. CIC: Cuadernos de Información y Comunicación** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, vol. 18, 2013)

Bajo el título *Periodismo, fin de ciclo*, cuenta con artículos en torno a las razones de las diversas crisis del periodismo en Norteamérica durante el siglo XX, las diferencias entre la demanda de contenidos de los lectores y los criterios de los periodistas profesionales a la hora de seleccionar las noticias, la crítica situación del periodismo en España, el papel de la red social y el de comunidad virtual de los foto-periodistas independientes, el nuevo perfil de los periodistas en el entorno de la web 2.0, el periodismo de proximidad y la representación de las parlamentarias portuguesas en la prensa, entre otros.

**10. *Comunicación y hombre Revista interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*** (Madrid: Universidad Francisco de Vitoria de Madrid, núm. 8, noviembre 2012)

Este número que reflexiona en torno al valor de la comunicación en tiempo de crisis, contiene estudios sobre el paralelismo entre los autores Flannery O'Connor y Romano Guardini ante el misterio del sufrimiento, la regulación jurídica de la publicidad institucional de las Administraciones Públicas, el discurso mediático de los derechos humanos en la prensa gallega, el efecto silencio de las películas de los Hermanos Marx, los cambios en la producción y distribución de noticias a partir del movimiento 15M y la producción de formatos "anime".

**11. *Comunicação & Sociedade*** (São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, vol. 34, No 2, 2013)

Abre esta edición un trabajo sobre la recepción transmedial como método de análisis de audiencias aplicado a la serie *El Equipo*. ¿Qué logró un alto rating entre sus audiencias. Asimismo, cuenta con investigaciones en torno a los retos de la comunicación pública en situaciones de crisis, el papel de los medios de comunicación y las relaciones geopolíticas hiladas por los discursos de la prensa, el proceso de comunicación interpersonal en la salud, la comunicación organizacional en los perfiles corporativos de Facebook, las representaciones femeninas en el cine brasileño de los ochenta y la construcción de las noticias desde la antropología de la comunicación.

**12. *Comunicación y Sociedad*** (Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, núm. 20, julio-diciembre 2013)

Reflexiona en torno a los estudios de comunicación en el marco de las ciencias sociales con artículos sobre el fútbol y su vínculo con los estudios de comunicación, la prensa diaria de México en 2010, la interacción entre los periodistas políticos y los asesores de comunicación de la Ute chilena, la construcción de la imagen de la población latina en la teleserie estadounidense *Ugly Betty*. ¿Los indicadores de mediación familiar en las prácticas televisivas en la comunidad de Madrid, la evolución del programa europeo de apoyo a la industria audiovisual y el modelo de negocio del periodismo de investigación sin ánimo de lucro, entre otros.

**13. *Comunicación y Sociedad*** (Pamplona: Universidad de Navarra, vol. XXVI, núm. 3, 2013)

Presenta trabajos sobre el género del comentario radiofónico como estrategia para convencer y aproximarse al público, los procedimientos utilizados por algunas publicaciones de relevancia en las tabletas, el rol de la mujer en las series de ficción catalanas y vascas, la comunicación estratégica en los museos catalanes, el contenido

de las cartas que los lectores de la prensa de Colombia enviaron a sus editores, las campañas bilingües en las agencias de publicidad vascas y el papel de los medios de comunicación en situaciones de crisis humanitarias y catástrofes naturales.

**14. *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*** (Caracas: Centro Gu-milla, núm. 159-160, segundo semestre 2012)

Incluye artículos sobre la ONG creada por el fotógrafo venezolano Nelson Garrido, el sujeto digital y su constitución en las prácticas de mediación, los medios de comunicación venezolanos y su relación con la política en el proceso electoral de 2011, el movimiento activista político Femen, el fenómeno del hacktivismo, el plagio en la era digital, la desinformación, la ética hacker, el antisemitismo en los medios de comunicación social del gobierno venezolano y el proceso comunicacional de la campaña de las elecciones del 2012 de Venezuela, entre otros.

**15. *Comunicación. Revista de Recerca i D'Anàlisi*** (Societat Catalana de Comuni-cació, vol. 30 (1), mayo de 2013)

En el apartado central publica investigaciones en torno al cambio de perspectiva que está sufriendo la historia del periodismo, la transformación de la prensa femenina española, el éxito de la revista satírica El Pápus, la evolución de la prensa gratuita local en Cataluña y la relación entre la prensa escrita y el poder municipal. En el bloque dedicado a la miscelánea científica aborda temas como el periodismo de servicio especializado en tráfico y seguridad vial, la representación de los roles de género y los arquetipos de relaciones sexuales y afectivos que ofrece la serie *Infieles* emitida en la Televisión de Cataluña, la representación de las mujeres emigrantes en los programas de TV3 y la violencia machista en los medios audiovisuales.

**16. *Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*** (Huelva: Grupo Comunicar, vol. XXI, núm. 41, Octubre 2013)

Volumen sobre la investigación y la producción científica en el campo de la comunicación, contiene artículos que describen la evolución de la investigación en comunicación en España, el impacto de las revistas científicas de comunicación en comparación con otros sistemas de evaluación como Google Scholar, la revisión de los indicadores alternativos en la web 2.0, la influencia de la productividad científica y la actividad social en el campo de la comunicación y el videoartículo como nuevo formato de divulgación en la investigación. Además, cuenta con investigaciones relacionadas con las redes sociales, los jóvenes y adolescentes y los usos de las mismas como herramientas de ocio y aprendizaje.

**17. *Contratexto: Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima*** (Lima: Universidad de Lima, núm. 21, 2013)

Recopila textos sobre la influencia de las redes sociales en la campaña electoral de México en 2012, el uso no teórico de la palabra imaginario en la prensa francesa, los desafíos de la actividad informativa en la era de Internet, la producción cinematográfica mexicana, la imagen de la actriz peruana Magaly Solier en la publicidad y la relación entre juego y consumo cultural en contextos tecnológicos de niños y niñas. También incluye una entrevista a Miquel de Moragas i Sp, destacado investigador y teórico en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación.

**18. *Cuadernos de infomacín*** (Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, núm. 32, junio 2013)

Los temas centrales de esta edición giran en torno a la ética y la autorregulación con trabajos sobre la limitación a la libertad de prensa que perciben los periodistas chilenos, los retos éticos de la cobertura televisiva en lo que se refiere a sensacionalismo, tratamiento del dolor e intimidación de las personas, los efectos de los new media sobre la publicidad, diferencias y semejanzas entre el código de autorregulación de la publicidad de alimentación infantil PAOS y otros códigos internacionales y las dudas éticas de los periodistas en la utilización de medios sociales. También cuenta con investigaciones sobre las impresiones y hábitos que las ONG españolas hacen de las redes sociales, la digitalización de la televisión en Brasil y Chile, y los cambios en el diario español ABC durante el régimen franquista y la caída del mismo.

**19. *Dilemas de la comunicación*** (Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, núm. 87, julio 2013)

Monográfico dedicado a la Transparencia y el Derecho de Acceso a la Información Pública, analiza el derecho de acceso a la información pública y su situación en México, Argentina y el Salvador, el estado actual del acceso a la información pública de recursos hídricos en el plano de los conflictos de empresas mineras y comunidades locales, el derecho de acceso a la información pública gubernamental en el Femicidio de Ciudad Juárez, el derecho de la ciudadanía a la información del Estado, la falta de transparencia en Bolivia y los desaciertos y soluciones del Proyecto de Ley de Transparencia española. Además incluye una entrevista a la Directora de Access Info Europe, Helen Darbshire, sobre la situación de la transparencia de la información en España.

**20. *Documentación de las Ciencias de la Información*** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, núm. 35, 2012)

Estudia la situación actual de los medios de comunicación locales en la Comunidad de Madrid y los hábitos de uso de los archivos de los mismos, la utilización de las

fotografías en las fotonovelas españolas, la fotografía de Gervasio Sánchez como documentación del conflicto de los Balcanes, la creación científica de la comunicación de las universidades de la Comunidad de Madrid, cómo la utilización de las redes sociales mejora el acceso y uso de medios de información digitales en la red, las fuentes bibliográficas utilizadas en la comunicación política desde las diversas perspectivas y los peligros en el empleo de las redes sociales e internet entre los adolescentes españoles, entre otros.

**21. *Doxa. Comunicación : Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*** (Madrid: Universidad San Pablo-CEU, Nº XVI, 2013)

Publica investigaciones sobre cómo se utilizan estratégicamente los problemas de salud de los líderes políticos para sacar rédito a la comunicación política, la comunicación de la monarquía en internet de los diarios El País y ABC, la comunicación en Televisión Española de las acciones de ETA entre 1976 y 1978, el tratamiento que realizan los diarios españoles del tema de la conciliación laboral y familiar, la utilización que las agencias de comunicación publicitarias hacen de las redes sociales y la posibilidad de que la red social Pinterest actúe como herramienta de comunicación para fomentar el comercio electrónico.

**22. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*** (Maracaibo: Universidad del Zulia, vol. 10, núm. 1, enero-abril 2013)

Analiza la relación entre ciencia, tecnología y sociedad mediatizada, la relevancia de la investigación y generación del conocimiento para el progreso de un país, las bases estratégicas para llegar hacia una gestión ambiental organizacional efectiva, las técnicas, herramientas y estándares basados en software libre para archivos web, la globalización y la periferia como categorías epistémicas desde una perspectiva crítica en Latinoamérica, el dominio sobre la utilización de las TIC en las pequeñas y medianas empresas de México.

**23. *Estudios sobre el mensaje periodístico*** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, vol. 19, núm. 1, 2013)

Esta edición presenta estudios que abordan temas como el tratamiento en la prensa española del vínculo entre comer carne y el calentamiento global, la representación de la infancia y la adolescencia en la prensa de la Comunidad Autónoma Vasca, el modo de abordar el tema de las redes sociales en la prensa escrita, la clasificación de la prensa femenina, la realidad aumentada y su aplicación en los medios impresos, los nuevos líderes de opinión de Twitter de la serie El Barco, la representación de las mujeres políticas del gobierno de Cataluña en la prensa escrita, el efecto de la sátira televisiva en su reflejo de la vida política, la explicación de términos sobre las estrategias y modelos de negocio llevados a cabo por la prensa digital, el uso de las

redes sociales como fuente periodística en las noticias sobre el asesinato de Marta del Castillo y el tratamiento de los contenidos en los periódicos digitales españoles, entre otros.

**24. *Global Media Journal. Edición Iberoamericana*** (Monterrey: ITESM, vol. 10, núm. 19, primavera 2013)

Los trabajos de este número estudian el tratamiento del proceso de estatalización de la empresa petrolera YPF en la prensa argentina, la perspectiva teórica y conceptual sobre las relaciones entre comunicación e interculturalidad, las nuevas formas de contacto y relación de los adolescentes argentinos a través de Facebook, la comunicación política en el primer gobierno de alternancia en el Estado de Puebla y las carencias estratégicas y la falta de visión de futuro de los grandes grupos de comunicación en España.

**25. *Historia y Comunicación Social*** (Madrid: Universidad Complutense, núm. 17, 2012)

Monográfico centrado en el deporte, cuenta con artículos sobre la relación entre deporte e identidad, los mecanismos de uso e incautación del deporte y la prensa como elemento de propaganda por parte de los regímenes fascista y franquista, el fútbol como estrategia política de Berlusconi para conseguir la Presidencia de Italia, la representación de la mujer deportista entre 1945 y 1954 en los noticieros cinematográficos italianos, la imagen de la mujer en el deporte en el noticiero cinematográfico NO-DO, la coyuntura económica y la repercusión de las nuevas tecnologías en la prensa deportiva española, entre otros.

**26. *Icono 14*** (Madrid: Icono14.net-Asociación Científica de Investigación de las NNTT de la Educación, vol. 11, núm. 2, 2013)

Analiza las aplicaciones de segunda pantalla para los móviles, los aspectos formales y el contenido de las comunicaciones del Tercer Sector en las redes sociales, el desarrollo del programa de infoentretenimiento multicanal The Joe Rogan Experience, las estrategias utilizadas por las principales emisoras radiofónicas españolas dentro de la red social Facebook, los newsgames en la actualidad informativa española y la audiencia social a través de Twitter en los premios Goya de 2013.

**27. *Interacción: Revista de Comunicación Educativa*** (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 55, junio 2013)

Este número cuenta con artículos en torno a la estigmatización que sufren las personas encarceladas, cómo conseguir la capacidad y destrezas para una lectura crítica,

las experiencias de comunicacin a travs de la ciudadana, la interrelacin entre desarrollo, tecnologa y calidad de vida, las virtudes y utilidades del teatro, la comunicacin y la conexin a travs de las TIC y las competencias y habilidades para navegar en la red con el objetivo de buscar informacin sin desorientarse.

**28. *MATRIZES*** (São Paulo: Universidade de São Paulo, Vol. 7, núm 1, 2013)

Los trabajos de este número analizan las interacciones de los músicos con sus fans a travs de las redes sociales, la relacin de los medios de comunicacin escritos, el poder y la sociedad desde la perspectiva de Harold Innis, el perfil del periodista afiliado a la organizacin sindical en São Paulo, los cambios en la investigacin de las ciencias sociales, la teora de los medios de comunicacin negativos y su enfoque metodolgico, la relacin entre la cultura, la televisin y los imaginarios urbanos en Brasil y la interpretacin de los medios sociales digitales contemporneos a partir de la idea mcluhaniana del medio ambiente.

**29. *Mediaciones Sociales*** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, núm. 11, 2012)

Este volumen divulga artculos acerca del uso desmesurado de la metfora en el mbito comunicativo, el nivel de competencia audiovisual de la ciudadana andaluza, la figura del mediador escolar y el mediador intercultural, las relaciones entre el universo steampunk y los medios de comunicacin y las conexiones entre el artefacto y el concepto de interaccionismo simbólico.

**30. *Palabra Clave*** (Bogotá: Facultad de Comunicación Social de la Universidad de La Sabana vol. 16, núm. 2, 2013)

Contiene estudios sobre las experiencias comunicativas en radio e internet llevadas a cabo por organizaciones de la sociedad civil en favor de la democracia y los derechos humanos, el nuevo mapa audiovisual de Espaa con el duopolio de Mediaset y Atresmedia, el origen y fundamentos de los slow media, los documentales interculturales y la contribucin de éstos a la construccin social de la realidad, el concepto de la infancia y su dimensin poltica en la pelcula *Los colores de la montaa* Óy el cine de Chile a través de la promocin de Sergio Salinas.

**31. *Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*** (Valladolid: Universidad de Valladolid-Universidad Complutense de Madrid, vol. 6, núm. 2, 2012)

Presenta artculos sobre la aportacin de la neurociencia cognitiva al campo de la publicidad, la utilizacin de las redes sociales por parte de la Administracin P -

blica gallega, los discursos publicitarios de las marcas de distribuidor (MDD) y las marcas de fabricante (MDF), las modificaciones generadas por la digitalización en las agencias de medios espas, las nuevas plataformas, los nuevos formatos publicitarios usados en las tabletas digitales y los recursos para la comunicación con el público utilizados por los gobiernos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, entre otros.

**32. *Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*** (Monterrey: ITEMS, núm. 84, Septiembre-Notiembre 2013)

En el apartado monográfico dedicado al tratamiento en los medios del cambio climático, la presente edición profundiza en la creación de un nuevo modelo interdisciplinar con objeto de disminuir los efectos del cambio climático y reparar las causas que lo originan. Asimismo, incluye textos sobre los motivos de los refugiados climáticos y el tratamiento de los medios sobre el tema, la hegemonía de la perspectiva de las agencias internacionales de noticias en el tema del cambio climático en Perú y la relevancia de los estudios de los medios de comunicación en la solución de la cuestión del cambio climático. Por otra parte, difunde trabajos en torno a las consideraciones de los docentes europeos sobre la ética de la comunicación, las razones de los ciudadanos para participar en la web de Greenpeace, los entornos virtuales de aprendizaje en tabletas y la cobertura de la prensa española de la campaña electoral de las elecciones generales de 2011.

**33. *Revista FAMECOS: M' dia, Cultura e Tecnologia*** (Porto Alegre: Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, vol. 20, núm. 2, 2013)

La presente edición incluye artículos sobre la película *La última tormenta* de Peter Greenaway y la contribución de las nuevas tecnologías en la producción audiovisual, el trailer como elemento que revela tendencias contemporáneas en la experiencia audiovisual, la búsqueda del bien y el mal en los melodramas, los modelos de salud y belleza representados en las revistas *Veja* y *Time* en 2005, las prácticas de consumo en línea, el caso Vera Franca y su reinterpretación y la capacidad distintiva de la reputación gastronómica de las ciudades brasileñas.

**34. *Revista de Comunicación*** (Perú: Universidad de Piura, vol. XI, 2012)

Difunde investigaciones sobre el tercer nivel de la Agenda Setting, la forma de gestionar la información, la convergencia y la memoria de 4 cibermedios de España y Brasil, el tipo de negocio *wsj.com*, el incremento de la prensa gratuita en Argentina, la formación de los periodistas adecuada al ámbito digital, la importancia del rol del género a la hora de exponer la vida privada de la clase política, la comunicación institucional y la cultura de la formación y el aprendizaje.

**35. *Revista Latina de Comunicacin Social*** (Tenerife: Universidad de La Laguna, núm. 68, 2013)

Esta edicin rene art culos que giran en torno al tratamiento de los atentados de ETA con v ctimas mortales en los editoriales de diarios vascos, los lipdubs Ó como herramienta de influencia social, la presencia de la política en los noticiarios de las televisiones españolas y la imagen que éstos construyen de la política, las afinidades y diferencias entre adolescentes con Trastorno por Déficit de Atención con Hiperactividad y adolescentes est ndar en el consumo televisivo, la cobertura de las elecciones andaluzas de 2012 en la prensa española, las transformaciones en las comunicaciones interpersonales de los jóvenes en la Web 2.0, las estrategias de comunicacin pbl ica del Ministerio de Fomento y el Gobierno de Espaa en la huelga de los controladores aéreos en diciembre de 2010, la adecuación a la red de los editoriales de cinco diarios europeos y la persona como portal de comunicacin a través del teléfono móvil, entre otros.

**36. *Revista Mexicana de Comunicacin*** (México D.F: Fundación Manuel Buendía, núm.132, octubre-diciembre 2012)

Reflexiona en torno a los desafíos en el ámbito de la ética de los medios digitales, la utilizacin de la imagen falsa mediante la personalidad virtual creada en las redes sociales y los problemas que acarrea entre la libertad de expresin y el derecho a la intimidad, el acceso a la informacin en México y la Ley Federal de Transparencia de 2002, el proyecto GNU, Wikipedia y Google como garantes de la práctica ética en la red, la recoleccin, an lisis y utilizacin de informacin relevante en las campaas electorales, Federico S nchez Fogarty como pionero de las relaciones pbl icas en México y la influencia de los medios de comunicacin en el desarrollo de la democracia en México.

**37. *Signo y Pensamiento*** (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, vol. 32, núm. 62, 2013)

Incluye artículos sobre la recepcin de los personajes de la serie “Lost” entre los jóvenes de Monterrey, el insulto político en los foros de los lectores de la prensa digital en Colombia, las representaciones sociales de estudiantes ind genas y afrodescendientes sobre la escritura acad mica, el proceso de construccin del problema de la alimentacin en la prensa gráfica argentina, el vínculo entre la agenda pública y medi tica en el peridico cubano Granma, la representacin de los cuerpos masculinos y femeninos de los jóvenes de Colombia en los periódicos sensacionalistas y las caracter sticas generales de la narrativa de la publicidad televisiva de la regin Centro colombiana.

**38. *Sphera Publica: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*** (Murcia: Universidad Católica San Antonio de Murcia, vol. 1, núm. 13, 2013)

En esta nueva etapa semestral, la revista recopila investigaciones sobre la estrategia del humor en la comunicación política, el vínculo entre la tipografía utilizada para el diseño del logotipo de una marca y el posicionamiento que dicha marca quiere lograr entre sus públicos, las distorsiones culturales del patriarcado sobre la mujer inmigrante en los medios de comunicación y las narrativas, la conceptualización y la transmisión de la violencia machista en los informativos de televisión.

**39. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*** (Madrid, Fundación Telefónica, núm. 95, junio-septiembre 2013)

El dossier central gira en torno a la problemática emergente del Big Data con artículos sobre las nociones vinculadas con el Big Data como el Business Intelligence o Open Data, las nuevas estrategias para la gestión de la información, el periodismo de datos, las audiencias sociales, la integración de una nueva cultura cuantitativa en la Administración Pública y la retórica informática. Además, de la mano del autor invitado Giuseppe Richeri propone textos sobre las consecuencias de la integración de China en la Organización Mundial del Comercio (OMC) en relación con el desarrollo de las industrias culturales.

**40. *Trípodos: Llenguatge, Pensament, Comunicació*** (Barcelona: Universitat Ramon Llull, núm. 31, 2012)

Monográfico dedicado a las tendencias en documentación de los medios de comunicación, recopila artículos sobre la utilización de las imágenes de archivo en el cine de ficción, el método para el estudio y evaluación de las hemerotecas de prensa digital, el vocabulario colaborativo de El País, el desarrollo del Departamento de Documentación de la Televisión de Cataluña, la brecha digital y la exclusión, el estudio del pensamiento del periodista y académico Erich Everth y la falta de mujeres como jueces en el Festival El Sol Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria.