

# Revistas iberoamericanas sobre Comunicación

## *Komunikazioari buruzko aldizkari iberoamerikarrak*

### Latin American Journals of Communication

Leire Iturregui Mardaras<sup>1</sup>

zer

Vol. 19 - Núm. 37  
ISSN: 1137-1102  
pp. 229-241  
2014

Las revistas iberoamericanas publicadas en este último año dedican una especial atención a la importancia que las redes sociales han adquirido en todos ámbitos de la comunicación, a la ética y la democracia en la era digital, a la comunicación política, a la relación entre la educación y los medios o a los estudios sobre género.

En el ámbito del periodismo se ahonda en objetos de estudio más tradicionales como la relación de los medios con el poder económico y político, su agenda, su credibilidad e independencia, su interés público o la situación profesional de los periodistas en España. Destacan, así mismo, los estudios centrados en el análisis de cuestiones históricas como la censura y la propaganda durante distintas contiendas o las investigaciones centradas en la calidad del periodismo, la supervivencia de la empresa periodística ante la crisis, la información internacional en la prensa española o el consumo de información durante las campañas electorales. El contexto político condiciona, sin duda, la investigación en este campo y este año se han publicado estudios sobre la corrupción y los derechos sociales, las filtraciones o el cese de la actividad de ETA.

La investigación en comunicación atrae también un considerable número de trabajos que analizan los sistemas de evaluación de la investigación científica en este ámbito, los tesauros, el índice h, la evolución de la Revista Latina de Comunicación social en la última década, la presencia e imagen de las universidades españolas en la red, los perfiles profesionales en el ámbito docente o los retos de los estudios de comunicación. El valor educativo de los medios constituye también un tema de interés de varias revistas en las que se aborda el papel de la prensa en la educación para la salud, el uso de las TIC y las redes sociales en la docencia, el emprendimiento periodístico y su impulso desde la Universidad o el rol que juegan los medios en la educación.

Las redes sociales constituyen, sin duda, el principal foco de interés de los artículos publicados. Las investigaciones tratan desde el perfil de los usuarios y la audiencia de los mismos a propuestas metodológicas para estudiar las distintas herramientas de Facebook y Twitter, pasando por la importancia de las redes sociales en

---

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

la comunicación política o en la configuración de la agenda. Son varios los trabajos que analizan la relación de las redes sociales con los medios tradicionales e investigan la presencia de programas radiofónicos en Twitter y Facebook, así como el papel de la audiencia social en la elaboración de contenidos televisivos. La televisión es, precisamente, el medio tradicional sobre el que más investigaciones se publican. El comportamiento de la audiencia, las webs de las cadenas españolas, la producción y distribución de los contenidos en la era de internet o su adaptación al contexto interactivo con algunas de las cuestiones que se abordan.

En relación a las redes sociales se presentan también numerosos trabajos sobre jóvenes y nuevos medios en los que se indaga sobre el uso comunicativo que estos hacen de los mismos, los riesgos que entrañan las redes sociales en la adolescencia, la brecha digital universitaria o la credibilidad de la información en internet para los nativos digitales. Aumenta también el número de estudios sobre género y comunicación, en los que destacan, por un lado, las investigaciones sobre tratamiento informativo de la violencia machista en la prensa, la representación de la mujer en los medios o su inclusión en las redes sociales. Por otro lado, se presentan trabajos sobre la importancia de incorporar la perspectiva de género en los estudios de comunicación, las representaciones de género en la publicidad o la brecha digital.

En relación a la publicidad, varios trabajos abordan la relación de la juventud con las marcas a través de las redes sociales, análisis de campañas publicitarias y su discurso, las narrativas transmedia, la autorregulación, la publicidad viral, así como propuestas para el análisis de la publicidad o el trabajo de las agencias publicitarias en la era digital. Los estudios sobre comunicación corporativa se centran en las estrategias y gestión de la comunicación de organizaciones y sectores, las redes sociales como servicio de atención al cliente, el uso de las salas de prensa virtuales así como en las informaciones procedentes de los gabinetes de comunicación.

En el ámbito audiovisual el proceso de cambio de las industrias culturales en la era de la convergencia digital, la videoperformance, los videojuegos, estudios sobre 'The Big Bang Theory' o la conformación de la estructura audiovisual en España concentran el interés de varios trabajos.

### ***1. Ámbitos. Revista internacional de comunicación*** (Sevilla: Universidad de Sevilla, GREHCCO, núm. 25, 2014)

Presenta trabajos que abordan las metodologías empleadas en el sistema de evaluación de la investigación científica, el valor educativo de los medios de comunicación, el análisis del formato, contenido y representaciones de la teleserie 'Mad Men', el estudio de la revista 'Retranca' como referente del humor gráfico gallego, la participación de la audiencia a través de Twitter y Facebook en los espacios informativos de la 'Cadena SER', el papel de la audiencia social en la construcción y elaboración de los contenidos televisivos, la comunicación corporativa de los principales distribuidores alimentarios en España y la utilidad comunicativa de las visualizaciones de datos para el público.

**2. *Anales de Documentación*** (Murcia: Universidad de Murcia, Vol. 17, núm.2, 2014)

Incluye artículos sobre la comparación de lectores digitales de Estados Unidos y España, el análisis del Boletín Oficial de Badajoz en el siglo XIX, la evaluación de gestores de tesauros, la cibercultura estudiantil de la Universidad Autónoma de Chihuahua, el enfrentamiento de dos impresores ante los Tribunales Reales de Navarra en el siglo XVII, la actividad fotográfica durante la Guerra Civil, los carteles de ferias de San Isidro Labrador, los blogs en la biblioteconomía, los desarrolladores de libros aplicaciones infantiles y juveniles, los indicadores de evaluación de repositorios de acceso abierto y la producción científica sobre la pintura rupestre postpaleolítica en España.

**3. *Anàlisi (Quaderns de Comunicació y Cultura)*** (Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, núm. 50, 2014)

Monográfico centrado en la construcción social del género en los medios que incluye artículos sobre la evolución de los estudios de género y los medios, los beneficios de incorporar la dimensión de género en los estudios de comunicación, la construcción del nuevo imaginario sexual femenino a través del fenómeno de ‘Cincuenta Sombras de Grey’, las mujeres que trabajan detrás de las cámaras de las series de ficción españolas, los posmachismos en la profesión periodística, las representaciones de género en la publicidad televisiva italiana, las prácticas adolescentes en las redes sociales para explorar estos procesos identitarios y el sexismo en los chistes egipcios difundidos en internet.

**4. *Archivos de la Filmoteca: Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen*** (Valencia: Institut Valencià de Cinematografia Ricardo Muñoz Suay, núm.72, 2014)

Este número contiene un dossier sobre ‘Cine e hibridaciones: avatares de la era digital’. Incluye trece textos sobre el 3D, las aplicaciones expresivas derivadas de la hibridación analógico-digital, el cómic y el cine, el relato en la era digital y el estudio de varias obras. En otra sección, publica estudios sobre filmes exhibidos durante la primera etapa de Pathé Frères, la película ‘Pa negre’ de Agustí Villaronga, la sexualidad, género y parodia del cine de terror, un estudio comparado entre ‘Tra donne sole’ y ‘Le amiche’, la relación entre los modelos de mundo discursivo y de mundo naturalizado en ‘Elephant’, el papel de la réplica en el documental ‘La Churona’, los paisajes y la estética romántica del cine de Albert Serra y la construcción y representación de la temporalidad en ‘Tekton’.

**5. *Área Abierta*** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Vol.14, n.2, 2014)

Publica investigaciones sobre los códigos audiovisuales en los géneros informativos televisivos de finales de la década de 2000, el efecto socializador de la televisión a través del análisis de la gestión de conflictos por personajes de las series más vistas

por jóvenes, estudio de los guiones ‘Boris’ (1966) y ‘El perro’ (1977) escritos por Juan Antonio Porto, la desaparición de los cinefórum como reflejo del ocaso del movimiento cineclubista en la Andalucía de la Transición y el análisis de dos spots publicitarios de Movistar que demuestran que la marca publicitaria es un signo portador de significado identitario.

**6. *Comunicação & Sociedade*** (São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, Vol.35, n.2, 2014)

Los artículos de este número tratan sobre el discurso utópico y el poder persuasivo de la violencia, la cobertura mediática de manifestaciones, la importancia de las políticas culturales, las redes sociales y la movilización ciudadana, el estudio de las metodologías de ‘media training’ desarrolladas por las asesorías de comunicación, el análisis de la campaña ‘Natura Chronos 70+’, los juegos de identificación en la publicidad del perfume ‘Womanity’, los modelos de televisión digital, el diseño de informaciones para la prevención del SIDA, la WebTV en Portugal y Brasil y el estudio de los memes en Youtube.

**7. *Comunicación y Sociedad*** (Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, núm. 22, julio-diciembre 2012)

Este número propone textos sobre la formación de comunicadores en México, la violencia de género en la prensa local en España, la columna política, la subtitulación de la animación japonesa, la ficción frente a la historia en el filme ‘Aro Tolbukhin. Dins la Ment de l’assassí’, la literatura distópica en la primera mitad del siglo XX, la concentración de medios y su relación con el poder en Panamá, el potencial de los medios digitales ante la participación ciudadana tradicional y el análisis de los bombardeos de 1955 en Argentina.

**8. *Comunicación y Sociedad*** (Pamplona: Universidad de Navarra, vol. 27, núm. 3, 2014)

Difunde trabajos sobre la autorregulación de la publicidad a través de una comparativa entre Reino Unido y España, el proceso de homogeneización de la agenda de los digitales en los medios españoles y extranjeros, la comunicación, propaganda y censura en la guerra hispano-marroquí, la cobertura del accidente nuclear en Fukushima por parte de la prensa española, la construcción de la comunidad en la era digital en el ámbito del deporte, la imagen de Eva Perón en los medios españoles, el estudio de una campaña corporativa a través de las narrativas transmedia, la influencia de la personalidad de los usuarios en la narrativa interactiva, el papel de la prensa vasca en la educación para la salud y los mitos fundacionales del imperio luso en el cine de João Botelho y Manoel de Oliveira.

**9. Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación** (Huelva: Grupo Comunicar, vol. XXII, núm. 43, julio 2014)

Incluye un monográfico con artículos sobre la educación en alfabetización mediática, los prosumidores en la comunicación política, la participación de la audiencia en la televisión, las audiencias activas en la regulación de los medios en España y México, el conocimiento y valoración del crowdfunding, la importancia de las redes en la participación social activa, el uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile, el consumo de noticias por adolescentes chileno o los jóvenes como usuarios de aplicaciones de marca en dispositivos móviles. El número publica además investigaciones sobre las políticas educativas brasileñas, los riesgos de las redes para los adolescentes, el uso de internet en contextos educativos, la inclusión de las mujeres de entorno rural en las redes sociales, los usos de Facebook por parte de adolescentes o las claves de la publicidad viral, entre otros.

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

Abre esta edición la entrevista realizada a Manuel Moragas i Spa sobre los retos que deben afrontar los estudios de comunicación. El número publica artículos sobre la influencia de la participación en medios sociales en las elecciones de México en 2012, la comunicación de Gobierno, reflexiones semióticas sobre la palabra imaginario, las interacciones tensivas y un texto en homenaje a Eric Landowski. Incluye, además, investigaciones sobre los límites y modalidades de la videoperformance, la ética del periodista en la infoesfera digital, el cine mexicano, el análisis de tres documentales amazónicos peruanos, el realismo mágico y la gastronomía salvaje en Latinoamérica, la imagen publicitaria de Magaly Solier, el uso de internet en menores y la recepción televisiva en los escolares de Lima.

**11. Cuadernos de Información** (Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, núm. 34, 2014) <http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI>

El tema central de este número es la evolución y el futuro de la publicidad. Incluye artículos que abordan los desafíos de la publicidad ante los cambios en el ecosistema mediático, el uso de las apelaciones medioambientales en los anuncios televisivos en Argentina, la publicidad como instrumento de cohesión social, la ciberpublicidad, la publicidad en la televisión española, la gestión de la marca y la identidad en la televisión pública argentina, el branding de los clubs de fútbol y la estructura de las agencias de publicidad uruguayas. Además se incluyen investigaciones sobre la transmedialidad en la serie Pulseras Rojas en Facebook, el periodismo político en Twitter en las elecciones municipales de Córdoba (Argentina) o la influencia de los medios en Brasil, entre otros.

**12. Derecho a Comunicar. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la información** (México D.F: núm. 8, mayo-agosto 2013)

Reflexiona sobre la industria de los medios de comunicación y propone investigaciones sobre el protagonismo de una nueva clase media brasileña en las narrativas de las telenovelas, el estudio de los consumos culturales como clave para redefinir el mercado publicitario, la música independiente como industria cultural, La Guerra de las Galaxias como ejemplo del proceso de cambio de las industrias culturales en la era de la convergencia digital, los videojuegos bélicos como productos de la industria cultural a través de un estudio de caso, la industria cultural en la época de la modernidad reflexiva y los avisos sobre fotografía publicados en la prensa colombiana entre 1830 y 1914.

**13. Diálogos de la comunicación** (Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, núm. 89, agosto 2014)

El número de la revista ahonda en las prácticas culturales y la diversidad de los escenarios comunicativos. Divulga trabajos sobre las estrategias de comunicación de la organización Gran Chaco, una reflexión teórica sobre el estudio de los simulacros identitarios de la mujer contemporánea, el estudio de dos prácticas comunitarias de comunicación en Colombia, una revisión conceptual sobre la relación entre TIC y desarrollo, el concepto de la noosfera y mediosfera, un análisis sobre los cambios y las transformaciones en los vínculos sociales e institucionales y la conceptualización teórica sobre prácticas culturales como objeto de estudio.

**14. Documentación de las Ciencias de la Información** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, vol. 36, 2013) <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN>

Dedica la edición a investigaciones sobre el archivo del diario Pueblo, la documentación gráfica en los periódicos infantiles, la degradación de las fotografías previas a 1950 por hidrólisis ácida, el análisis de la censura publicitaria aplicada al ABC de Sevilla durante la Guerra Civil, la memoria de las Brigadas Internacionales a través de la documentación recogida por la Asociación de Amigos de las mismas, el documentalismo gráfico en España y Estados Unidos en los 80, la fotografía de archivo como reflejo de la realidad, el acceso público a los archivos de televisión, los parámetros formales y de contenido del vídeo casero, la demanda de televisión en multipantallas, una metodología para analizar el repositorio institucional de colecciones audiovisuales digitales, la ciberdocumentación, la información personal en la era digital y el estudio de las publicaciones oficiales en España.

**15. Doxa. Comunicación: Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales** (Madrid: Universidad San Pablo-CEU, núm. 18, 2014)

Publica estudios sobre el rol de los medios en la transformación del deporte en bien de consumo, el papel de los periodistas cristianos a la hora de compatibilizar el

compromiso doctrinal y el profesional, la gestión de la comunicación en los sectores industriales tradicionales en Valencia, el emplazamiento de marca en los videos musicales más populares en YouTube, el estudio de caso de seis firmas españolas de belleza y moda con ‘acciones lazo rosa’, una revisión de los media frames y el análisis del vínculo entre los medios y la realidad cotidiana, el uso de las TIC en la prensa migrante de las colectividades andinas en Argentina y una comparativa del sector publicitario en Valladolid-Castilla y León-España.

**16. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*** (Maracaibo: Universidad del Zulia, vol. 10, núm. 3, septiembre-diciembre 2013)

La presente edición divulga trabajos de investigación sobre las variables demográficas y profesionales en la participación de los investigadores en actividades de propiedad intelectual, los instrumentos de evaluación de la competencia digital en la educación superior, la metodología para el diseño instruccional del Sistema de Educación a Distancia de la Universidad de Zulia, la relación entre las ciencias de la comunicación y las ciencias de la computación, la red de investigación estudiantil de la Universidad de Zulia REDIELUZ, la televisión en un contexto interactivo y los esquemas cognitivos sobre difracción de ondas mecánicas de estudiantes universitarios.

**17. *Estudios sobre el mensaje periodístico*** (Madrid: Universidad Complutense de Madrid, vol. 20, núm. 1, 2014)

El número actual incluye artículos sobre la narrativa colaborativa a través de Storify en elpais.com, la audiencia social y la audiencia creativa en Twitter, los iconos audiovisuales en las redes sociales desde el 15M al 12M, la calidad de las webs de las cadenas españolas, la información internacional en la prensa digital, el periodismo y la publicidad en la revolución digital, la influencia de las plataformas tecnológicas en las decisiones de los editores, el efecto marca en las redes sociales de los directores de medios, el periodismo transmediático, las redes sociales en los sectores más denunciados por los consumidores, el futuro de los medios ante el descenso de ingresos publicitarios, la influencia de internet en la homogeneidad de contenidos, la actividad en Twitter de los cardenales que participaron en la elección del Papa, el retroceso en la creación de comunidad de los diarios generalistas en Twitter, la teoría de la Agenda Setting y Twitter o el uso de los nuevos medios por parte de los adolescentes.

**18. *Global Media Journal. Edición Iberoamericana*** (Monterrey: ITESM, vol. 11, núm. 21, primavera 2014)

Incluye artículos sobre los debates presidenciales de 2012 en México y su contribución a la cultura política democrática, la percepción de la diversidad cultural y cons-

trucción de estereotipos a partir del impacto mediático de Los Simpson, el tráfico de drogas y la delincuencia organizada en los medios de comunicación mexicanos así como un estudio sobre los desafíos para la continuidad de la televisión digital abierta en Argentina.

**19. *Historia y Comunicación Social*** (Madrid: Universidad Complutense, Vol. 19, número especial, Marzo 2014)

Publica un número especial sobre la comunicación en la profesión en la universidad de hoy. Incluye un gran número de artículos centrados en el futuro de la profesión, en el índice h o en los perfiles profesionales en el ámbito docente; la innovación educativa en la educación superior, el emprendimiento, las redes sociales, el diseño de materiales docentes y el uso de las TIC; las Relaciones Públicas centran también el interés de algunos trabajos que estudian su presencia en la Universidad, el uso de las salas de prensa virtuales así como las informaciones procedentes de los gabinetes de comunicación. Artículos sobre el perfil de los usuarios de las redes sociales, las campañas de publicidad transmedia en las redes sociales, los nuevos modelos de negocio en la empresa informativa, la comunicación en el deporte global o la innovación social completan el número.

**20. *Icono 14*** (Madrid: Icono14.net-Asociación Científica de Investigación de las NNTT de la Educación, vol. 12, núm. 2, 2014)

Número centrado en el Media Art y en la influencia de los nuevos medios, las tecnologías emergentes y los descubrimientos científicos en el ámbito creativo. Incluye investigaciones en torno a las narratologías y textualidades digitales, procesos vinculados a la construcción de archivos y documentación del arte en los medios, la condición de la imagen digital, el interfaz como metáfora de control en el espacio del arte, el cine y los videojuegos, el New Media Art en China, la interactividad del Media Art, el vídeo musical interactivo, el barrio y la comunidad vecinal como interfaz y el análisis y la evaluación de la generación de iconos mentales en personas invidentes a través de la percepción virtual táctil.

**21. *Interacción: Revista de Comunicación Educativa*** (Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 56, abril 2014)

La revista cumple 20 años y hace balance de su recorrido en un número que presenta trabajos sobre la diferencia y el reconocimiento del otro en una reflexión en torno al concepto de alteridad en la sociedad del individualismo, el discurso académico oral en el ámbito escolar y universitario, el tratamiento informativo del inicio de la crisis según la prensa española, la cultura del encuentro o los discursos y prácticas adolescentes en materia de alimentación.

**22. *MATRIZES*** (São Paulo: Universidade de São Paulo, Vol. 8, núm 1, 2014)

El dossier central difunde artículos sobre la teoría de la mediatización, las configuraciones comunicativas y la comunicación para el desarrollo en un mundo mediatizado, las conexiones teóricas y metodológicas sobre la mediación y la recepción y las protestas de Brasil en 2013. También publica investigaciones sobre los nativos digitales en Brasil, las estrategias de comunicación publicitaria, el Cinema Novo brasileño en Portugal, las narrativas del conflicto afro-musulmán en Brasil, la teoría de la fotografía, la lógica expresiva de las miniserias históricas, los efectos de los medios en el comportamiento de la audiencia o las Relaciones Públicas como función estratégica. Incluye una entrevista a Antonio C. La Pastina, brasileño residente en Estados Unidos desde hace 25 años y profesor de la Universidad Texas A&M.

**23. *Palabra Clave*** (Bogotá: Facultad de Comunicación Social de la Universidad de La Sabana vol. 17, núm. 3, 2014)

Publica artículos sobre la inmigración en las producciones de ficción, el cine posmoderno y su influencia en el nuevo Hollywood, las singularidades del medio móvil, los índices de audiencia y los datos consolidados en la televisión de Brasil, las redes sociales y el 'engagement', la información política en las campañas electorales de 2008 y 2011, la investigación en comunicación en España, Brasil y Chile, la metodología mixta aplicada a la perspectiva de género en la prensa escrita, la crisis nuclear de Corea del Norte, la credibilidad de la información en internet para los nativos digitales, el índice h de las revistas científicas en Latinoamérica, el periodismo económico peruano o el liderazgo en las relaciones públicas en España.

**24. *Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*** (Valladolid: Universidad de Valladolid-Universidad Complutense de Madrid, vol. 7, núm. 1, 2013)

Divulga trabajos sobre la promesa de la felicidad en los mensajes de publicidad, la autorreferencia en la televisión generalista, la relación de los estudiantes de la UPV/EHU con las marcas comerciales en Facebook, una propuesta de método de análisis de la publicidad, las visiones de la naturaleza en la publicidad turística, la marca territorio como elemento de comunicación, el estudio de 'Mad Men' de Matthew Weiner como ejemplo de metapublicidad, un análisis descriptivo sobre las técnicas emergentes en comunicación comercial y sus efectos, las imágenes y los valores en la campaña publicitaria Autocontrol y un análisis teórico sobre los factores de éxito en las promociones con dispositivos móviles de última generación.

**25. *Quaderns del CAC*** (Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, núm. 39 julio 2013)

El número centra su atención en internet y la interacción con los demás medios de comunicación y publica artículos sobre la innovación tecnológica y el servicio

público audiovisual a través de un estudio de caso de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, el uso de la red en el consumo audiovisual de adolescentes, los magazines radiofónicos matinales en Twitter, el uso que hacen del vídeo los principales medios digitales catalanes, la sostenibilidad en la creación colaborativa de contenidos audiovisuales online y un método para analizar el vídeo musical.

**26. *Questiones Publicitarias: Revista Internacional de Comunicación y Publicidad*** (Sevilla: Universidad de Sevilla-Grupo de Investigación MAECEI, vol I., núm. 18, 2013)

Incluye artículos sobre la publicidad online y las nuevas tecnologías de la comunicación, la creación de la figura del anunciante franquiciador, el uso de personajes famosos en las campañas de cáncer de colon, la web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos, la relación de los jóvenes con las marcas en Facebook, un modelo de desarrollo profesional para la mejora de la reputación corporativa, la eficacia publicitaria en las redes a través del caso de Mango en Facebook, la relación entre la arquitectura, la comunicación y los valores corporativos, la planificación y estrategia de identidad corporativa en los clubes deportivos españoles, el fondo documental digital de anuncios gráficos publicitarios o la evaluación y eficiencia del ‘branded content’.

**27. *Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*** (Monterrey: ITEMS, núm. 87, julio-septiembre 2014)

Este número incluye artículos que abordan la teoría práctica de la comunicación, las relaciones públicas en México, la comunicación de la serie Roma, las cuestiones deontológicas acerca de la veracidad informativa, las rutinas productivas en organizaciones periodísticas, el terremoto en Chile en febrero de 2010, los contenidos televisivos en la era de internet, la creatividad, la innovación y el trabajo en las agencias publicitarias en la era digital, los flujos de comunicación en las organizaciones privadas de Tijuana o la comunicación aplicada a la gestión de prácticas profesionales en la Universidad Autónoma de Nuevo León (México), entre otros.

**28. *Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia*** (Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, vol. 21, núm. 2, 2014)

Este número plantea varias secciones. La primera, incluye estudios sobre la reflexión teórica en el ámbito de la comunicación, la comunicación en Alemania desde sus orígenes hasta el año 1960, el concepto de comunidad en comunicación así como el análisis del concepto de escultura social en la obra de Joseph Beuys. La sección ‘Jornalismo’ acoge trabajos sobre el interés público del periodismo, la retórica de los estudios de comunicación, las agencias de noticias brasileñas, la corrupción y los derechos sociales en los medios o su antropología en Brasil y Portugal.

Además, publica estudios sobre ‘The Big Bang Theory’, la imagen que transmiten las activistas de Femen o la participación de personajes conocidos en las campañas ambientales, sociales y humanitarias.

**29. *Revista de Comunicación*** (Peru: Universidad de Piura, vol. 13, 2014)

Divulga trabajos sobre los retratos de Max T. Vargas y la moda internacional en el contexto de la fotografía arequipeña, el tratamiento del fotoperiodismo en las historias de referencia de la fotografía, los Influentials en moda con la aparición de internet, la responsabilidad social universitaria, la mercantilización de experiencias en la publicidad de la significación, el análisis de la convergencia digital que propicia convergencia entre industrias y una reflexión sobre la validez de las etiquetas derecha e izquierda en un mundo globalizado.

**30. *Revista Latina de Comunicación Social*** (Tenerife: Universidad de La Laguna, núm. 69, 2014)

Publica estudios en torno a los bancos de datos abiertos como instrumento de empoderamiento ciudadano, la independencia de los periodistas, la comunicación pública de la ciencia, el sentido de localidad en el caso de Teruel, la conformación de la estructura audiovisual en España, la presencia de las universidades de los países andinos en las redes sociales, el emprendimiento periodístico y su impulso desde la universidad, el análisis discursivo de filmes cubanos, la implementación de la TDT en Ecuador, la visualización de datos, los riesgos de los adolescentes en internet, los diarios gratuitos ante la crisis, los programas radiofónicos en Facebook y Twitter, las nuevas plataformas televisivas, la cobertura de Venezuela en la prensa internacional, la educación cinematográfica en Europa, la evolución de la Revista Latina de Comunicación Social en la última década, los Artefactos Culturales Audiovisuales de Reivindicación y Protesta (ACARP), la recepción de audiencias heterosexuales y homosexuales, la calidad del periodismo en la prensa europea, o los medios y el poder en Paraguay, entre otros.

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

Número centrado en la ética en la era digital que incluye artículos sobre los desafíos que implica la comunicación en la actualidad, los riesgos de las redes sociales o la ética en los cibermedios, así como varias reflexiones sobre la era de las filtraciones, la búsqueda del periodismo del siglo XXI, las asignaturas pendientes en materia de acceso a la información o proyectos en internet que ejercen la práctica ética. Publica, además, textos sobre la inteligencia competitiva en campañas electorales, un análisis de la figura de Federico Sánchez Fogarty como precursor de las relaciones públicas, una reflexión sobre los valores para la calidad democrática y un análisis comparativo sobre las iniciativas para fortalecer la transparencia.

**32. *Signo y Pensamiento*** (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, vol.33, núm. 64, 2014)

La revista publica su primer número tras un cambio de dirección. En la sección 'Agendas' incluye artículos sobre nuevas aproximaciones conceptuales para el estudio de los medios, la comprensión del significado y del papel que juegan en la educación. En 'Avances' se exponen resultados originales de varias investigaciones sobre las prácticas comunicativas y de acción política en el Cabildo indígena zenú de Arjona, las estrategias discursivo-comunicativas del pueblo mapuche, las representaciones de la pobreza en contextos de crisis, el concepto de brecha digital en España así como un análisis de Web of Science entre 2008 y 2012 para elaborar una aproximación a la comunicación desde la perspectiva teórica y bibliométrica.

**33. *Sphera Pública: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*** (Murcia: Universidad Católica San Antonio de Murcia, vol.1, núm. 14, 2014)

El primer volumen del año de la revista presenta temas novedosos como la influencia de los nuevos medios en la imagen de la ópera, la esfera pública y el panopticismo en un artículo sobre la sociedad vigilante, las universidades españolas en la red, la imagen corporativa como intangible clave de la competitividad empresarial, un análisis comparativo entre el protocolo y diplomacia española, la moda y su dimensión comunicativa, los editoriales, los desafíos de los nuevos Consejos de informativos de RTVE, las tendencias y procesos de innovación en las campañas de comunicación, los medios y la educación y las nuevas narrativas transmedia.

**34. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*** (Madrid, Fundación Telefónica, núm. 98, 2014)

El dossier central reflexiona en torno a la democracia y los nuevos medios digitales. Incluye artículos sobre un posible cambio de paradigma en este ámbito, las nuevas formas de participación política en España en la era digital, el papel de la comunicación en las contiendas políticas, la noción de la esfera pública ante los retos planteados por los medios sociales, los blogs y el debate público en Cuba, el ciberactivismo de Indymedia a Wikileaks y de Chiapas al Cuarto Poder en Red o una reflexión sobre el concepto de democracia sedada. Además, publica trabajos sobre la (r)evolución del periodista y la credibilidad como desafío vital, la brecha de género en México o las experiencias intermediales del documental performativo, entre otros.

**35. *Trípodos: Llenguatge, Pensament, Comunicació*** (Barcelona: Universitat Ramon Llull, núm. 29, 2012)

Monográfico sobre comunicación política que presenta artículos que abordan el papel de los nuevos medios en este campo, las nuevas formas digitales de marketing

político, la relación entre periodistas y políticos en un contexto de mediatización, el análisis de la información en la prensa de referencia en España, la personalización de la política en las campañas electorales de España y Alemania, Twitter en la comunicación política, las webs de los partidos españoles en campaña electoral o el debate público en la blogosfera política durante la campaña de las elecciones de 2011. El número incluye, además, trabajos sobre el anuncio del cese de la actividad de ETA en los diarios españoles, la desconexión digital periódica como elemento de alfabetización mediática y como vía hacia la ‘comunicación slow’ y un esbozo biográfico del periodista Juan Costajussà i Deu.