

América Latina: debate en torno al concepto de industria cultural

Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación

www.ciespal.net

(Quito: CIESPAL, No. 104, diciembre de 2008).

La ficción en televisión, pero muy especialmente la telenovela, es el tema de varios de los artículos que presenta este número, en el que se incluye un texto que estudia en profundidad la telenovela latinoamericana en España: identidades culturales y confluencias comerciales. Por otra parte, la revista incluye otros artículos sobre violencia, televisión e infancia, culturas populares y humor político y medios de comunicación, así como un análisis de las estrategias comunicativas del actual presidente de EEUU, Barack Obama, durante la campaña que le dio el triunfo en los comicios de noviembre de 2008.

Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación

gumila.org.ve

(Caracas: Centro Gumilla, No. 140, tercer trimestre de 2008).

Entabla un interesante debate en torno al concepto de industria cultural, así como a las interpretaciones que han surgido de la terminología original. Además, reflexiona sobre la expansión de los servicios de telecomunicaciones en todas sus expresiones, y la necesidad de crear «una televisión de conocimiento que atienda a la audiencia». La revista ofrece también los resultados de tres investigaciones sobre parcelas de la industria cultural como son el cine, el libro y la radio. Sobre este último medio, y a partir del análisis de una muestra

de emisoras de FM de Caracas, se propone una tipología de contenidos programáticos radiofónicos. Finalmente, este número ofrece la transcripción completa de la mesa redonda que cerró el Seminario sobre *Cooperación en Comunicación y Cultura en Iberoamérica* celebrado en marzo de 2007 en Madrid, bajo los auspicios de la Organización de Estados Iberoamericanos, la Fundación Alternativas y la Agencia Española de Cooperación Internacional.

Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

www.intercom.org.br

(São Paulo: INTERCOM, vol. 31, No. 2, 2008).

Presenta un artículo en el que se estudia la complejidad de la comunicación según la perspectiva de Niklas Luhmann. Otros trabajos de este ejemplar versan sobre las directrices para una teoría de la enunciación publicitaria, los desafíos para la regulación de la publicidad destinada a los niños y los adolescentes: soluciones canadienses y reticencias brasileñas, la influencia del neo-realismo italiano en la cinematografía brasileña de los años 1960, terrorismo, fundamentalismo islámico e imaginario social brasileño: la difusión de las ideas y sus efectos y estado y oportunidades para una normatividad de medios de comunicación equitativos e inclusivos en Bolivia.

Revista Mexicana de Comunicación

www.mexicanadecomunicacion.com.mx/

(México DF: Fundación Manuel Buendía, año 21, No. 114, 2009).

Medios, Academia y Gobierno en el México de hoy es el tema sobre el que se concentra una serie de artículos que tratan, entre otros, aspectos como la comunicación gubernamental: reglas, realidades y retos, el quehacer de los investigadores de la comunicación y el largo camino que todavía queda por recorrer, y el papel de los medios en las sociedades democráticas. Además, la revista ofrece un análisis de la crisis que afecta a los medios de comunicación en Europa y de sus consecuencias, e incluye diferentes aportaciones mediante las que se examina en profundidad la última campaña electoral norteamericana (competencias comunicativas de Obama, tácticas emocionales, participación ciudadana a través de la web, perfil del hombre que sedujo al mundo, etc.).