

América Latina: la importancia de la folkcomunicación

Anuario ININCO: Investigaciones de la Comunicación

www.ucv.ve/humanitas.htm

(Caracas: Universidad Central de Venezuela, núm. 13, 2001). Se ocupa del poder en relación con el arte, la cultura y la comunicación, el 'paradigma incompleto' de las mediaciones, la violencia televisiva en los melodramas femeninos, la educación para los medios como estrategia pedagógica, la comunicación en el pensamiento de Paulo Freire, el contenido de los diarios caraqueños, la industria publicitaria en Venezuela en los años noventa, la expansión telegráfica en Venezuela en el siglo XIX, y la investigación en la universidad y la gestión del conocimiento.

Anuário Unesco / Umesp de Comunicação Regional

www.editora.metodista.br

(São Bernardo do Campo, Brasil: Universidade Metodista de São Paulo, año 5, núm. 5, 2002). Monográfico sobre las fiestas populares como procesos comunicacionales, se divide en cuatro apartados, a saber: análisis del pensamiento de Luiz Beltrão (introducción del concepto de «folkcomunicación» en los años sesenta), los carnavales transfronterizos en la Región de Pantanal (Brasil, Bolivia y Paraguay), las fiestas populares como procesos comunicacionales en Brasil, y las fiestas populares en América Latina (los casos de México y Argentina).

Aportes de la Comunicación y la Cultura

istein@upsaint.upsa.edu.bo

(Santa Cruz de la Sierra, Bolivia: Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, núm. 9, febrero de 2002). En este número destacan artículos sobre la historia de la publicidad en Bolivia en los últimos cuarenta años, las relaciones públicas y las tecnologías de la comunicación en situaciones de crisis, y el diseño de los productos a través de la creación del deseo.

Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación

www.ciespal.net

(Quito: CIESPAL, núm. 77, marzo de 2002). El tema de portada está dedicado al papel de los medios de comunicación ante la crisis argentina, aunque también se ocupa de los nuevos paradigmas de la comunicación a través de Internet, la prensa amarilla en América Latina, el diseño de las campañas electorales, la bienvenida al euro en Europa oriental, el terrorismo y los medios en México, la imagen del Tercer Mundo en los medios europeos, y el liberalismo económico y la libertad de expresión.

Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación

www.gumila.org.ve

(Caracas: Centro Gumilla, núm. 118, segundo trimestre de 2002). Cuenta con textos sobre la educación y las tecnologías de la información como nuevas prácticas pedagógicas, la «folkcomunicación» como aporte brasileño a la teoría de la comunicación, el *marketing* global y el respeto al pluralismo cultural, las relaciones entre fútbol y televisión, las representaciones simbólicas de las relaciones entre Colombia y Venezuela, el ciber mundo analizado por Paul Virilio, las industrias culturales como metáforas de la globalización, y el Plan Colombia visto por la prensa latinoamericana.

DeSignis

www.designisfels.net

(Barcelona: Gedisa / Federación Latinoamericana de Semiótica, núm. 2, abril de 2002). El número está dedicado a la comunicación política y cuenta con una treintena de artículos teóricos, de autores europeos y latinoamericanos, agrupados en grandes temas como teoría (el discurso público, la nación y espacio comunicativo, el autoritarismo, el populismo, los sistemas mediático y político), el espacio público (lo público / privado / político, el poder de la palabra, el discurso terrorista, los «desaparecidos», el discurso zapatista), la mediatización (la decadencia del debate público en televisión, la política de la tribuna a la pantalla), y las campañas (el

discurso de las campañas electorales recientes en Argentina, Chile, México y Venezuela).

Diá-logos de la Comunicación

www.felafacs.org

(Lima: FELAFACS, núm. 63, diciembre de 2001). Presenta diferentes aproximaciones para reformular la enseñanza de la comunicación en América Latina, con artículos sobre la complejidad y la memoria de una asignatura pendiente, la calidad de la información y la formación en periodismo, el relevo en las ciencias sociales latinoamericanas, la formación del comunicador social en tiempos de crisis, y el perfil psicosocial del académico en las escuelas de comunicación social.

Interacción: Revista de Comunicación Educativa

interaccion.cedal.org.co

(Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual, núm. 28-29, mayo de 2002). Cuenta con un tema central referido a economía y convivencia social (en el que se hace un repaso a la coyuntura argentina y a los retos que debe superar América Latina para salir de la crisis), y asimismo incluye entre otros un artículo sobre la «folkcomunicación» como aporte brasileño a la teoría de la comunicación.

Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

www.intercom.org.br

(São Paulo: INTERCOM, vol. XXIV, núm. 2, julio-diciembre de 2001). Cuenta con artículos sobre las estrategias comunicativas de la ONG sudafricana Soul City basadas en el entretenimiento y la educación, las diferencias entre el trabajo prescrito y el real en la actividad radiofónica, el papel de la comunicación social como forma de extensión universitaria para el desarrollo brasileño, y la perspectiva política como dimensión hegemónica en el pensamiento comunicacional latinoamericano.

Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia

edipucrs@pucrs.br

(Porto Alegre: Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, núm. 17, abril de 2002). Analiza el fenómeno mundial del programa televisivo *Gran Hermano*, las tecnologías de la realidad virtual como elementos para una geografía de la visión, el carnaval de Paraguay como modelo de «folkcomunicación», la reafirmación de los efectos limitados de la *agenda-setting*, los estudios culturales brasileños en los años noventa, la subordinación del periodismo a la lógica capitalista de las industrias culturales, y el fútbol brasileño como espectáculo de masas.

Revista Mexicana de Comunicación

www.fundacionbuendia.org.mx

(México DF: Fundación Manuel Buendía, núm. 73, enero-febrero de 2002). Presenta varios análisis sobre la guerra entre Estados Unidos y Afganistán (sobre las paradojas de un espectáculo globalizado, la creación mediática de un enemigo oficial, la primera guerra informativa del siglo XXI, la polarización y el desgaste del discurso mediático, y la imagen del Islam y los árabes en Estados Unidos). Por otra parte, incluye artículos sobre el doble discurso del presidente Vicente Fox, la imagen televisiva de los políticos mexicanos, el perfil del periodista digital, y el derecho de acceso a la información ciudadana.

