

América Latina: elecciones y propaganda política

Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación

www.chasqui.comunica.org

(Quito, Ecuador: CIESPAL, núm. 95, septiembre de 2006). Analiza las características particulares de la comunicación política en México y en Italia, los periodistas que actúan como espías, la difícil supervivencia de la radio y la televisión pública en EEUU, la ?guerra mediática? entre Argentina y Uruguay por las empresas papeleras, la politización de los medios en Venezuela, los periódicos confidenciales en línea en América Latina, y el auge de la prensa gratuita en España.

Comunicación y Sociedad

<http://fuentes.csh.udg.mx/revistas/comysocfr.html>

(Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara, nueva época, núm. 5, enero-junio de 2006). Cuenta con diversos artículos sobre la realidad mexicana: la historia de la prensa como objeto de estudio, la cobertura mediática de la Marcha Zapatista en el último lustro, la discriminación en la prensa de Guadalajara a principios del siglo XX, la diversidad lingüística y cultural en el espacio comunicativo público, y el entretenimiento en la televisión dirigida a los jóvenes.

Diálogo Político

www.kas.org.ar

(Buenos Aires: Konrad-Adenauer-Stiftung, año 23, núm. 2, junio de 2006). Monográfico centrado en la comunicación electoral, cuenta con artículos sobre el ?jologorio popular? en las

elecciones peruanas de 2006, las especificidades de la campaña alemana de 2005, los cambios en la comunicación política en la contienda argentina de 2005, la agenda temática de candidatos y medios en las elecciones chilenas de 2005, y el papel de la comunicación en la convocatoria boliviana de 2005.

Revista Mexicana de Comunicación

www.mexicanadecomunicacion.info

(México DF: Fundación Manuel Buendía, núm. 102, diciembre de 2006-enero de 2007).
Presenta artículos sobre los nuevos escenarios de la convergencia tecnológica, el mercado y las normas de las telecomunicaciones, el impulso a las TIC y el auge de los cibercafés en México, el poder de los grupos mediáticos en México, la construcción de la imagen de marca de país, el papel del periodismo en el desarrollo mundial, la trayectoria intelectual y personal del comunicólogo Armand Mattelart, el valor democrático de la educación para los medios, y el papel de la televisión en la construcción democrática en México y en Venezuela.

