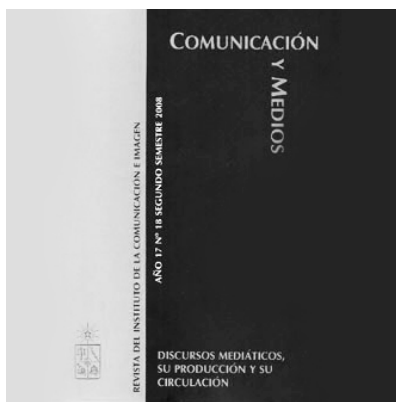


REVISTAS

Paula Anón Licenciada en Comunicación Social, fue ayudante alumna en Historia Argentina Contemporánea y es voluntaria en prensa de la Fundación Inclusión Social. Publicó Construcciones de la Otredad: Nuevo Periodismo.



EL PERIODISMO EN LA MIRA DEL PRÓXIMO NÚMERO

Desde Chile con preocupaciones comunes a la región

El revista Comunicación y Medios se propone como un espacio de exhibición, disposición y confrontación de distintas investigaciones, enfoques y perspectivas referidas al campo de la comunicación, la industria audiovisual y el periodismo. Tiene como objetivo reflexionar y debatir sobre estos temas teniendo en cuenta su impronta creciente en la actualidad.

Comunicación y Medios, editada en formato digital, bajo la dirección de María Olivia Mönckeberg, fue fundada en el año 1991 por el Departamento de Ciencia y Tecnología de la Comunicación, actual Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Está afiliada a la Red Latinoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura. Su editora general es Lorena Antezana Barrios.

Durante sus 26 publicaciones ha reflexionado sobre distintas disciplinas como cine, publicidad política, tecnologías de la información, prensa, cultura audiovisual, discursos mediáticos y medios de comunicación, entre otros. "El carácter interdisciplinario de la comunicación supone que éste se constituya en un espacio de conocimiento crítico que bebe de diversas tradiciones -principalmente, las de las ciencias sociales, las humanidades y las artes- a la vez que en un lugar para pensar la sociedad misma", esboza en su presentación. El problema de la imagen y su influencia en la construcción de subjetividades e identidades y el conflicto por la construcción visual del Estado son los temas principales que se desarrollan en el último número de Comunicación y Medios.

Su próximo ejemplar, el número 27, se publicará a fines de 2013. La trama elegida será El estado del periodismo: desafíos en el siglo de la comunicación. La convocatoria para ese número estuvo abierta hasta el pasado mes de julio: profesionales, académicos, estudiantes e investigadores fueron invitados a enviar artículos para este espacio digital. La publicación sostiene una política de acceso abierto, libre y gratuito. Para más información: <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/>.



CON MIRADA PROPIA DESDE LA FACULTAD DE LA PLATA

Tram[p]as de comunicación y cultura, para no hacer trampa

Editada bimestralmente por la Secretaría de Investigaciones Científicas y Posgrado de la Universidad Nacional de La Plata, la revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura nació en el año 2002 con el desafío de reflejar las discusiones, producciones y debates en el marco del Programa de Investigación en Comunicación y Cultura de esa casa de estudios.

Inicialmente la revista se publicó en formato papel, con una tirada de 800 ejemplares y un circuito de circulación que traspasaba las fronteras nacionales, comercializándose en Europa y América Latina. Luego, a partir de su ejemplar número 43, comenzó a editarse en soporte digital (<http://www.revistatrampas.com.ar>), alternativa que permite mayor difusión a menor costo.

El nombre, cuyo juego de palabra invita a una reflexión, se genera a partir de una idea: no se puede pensar en las tramas de la comunicación y la cultura sin caer en las trampas que ello implica, y viceversa. Son formas de tácticas y resistencias que se utilizan para recrear, reasignar y resignificar la vida, el mundo y la experiencia social. De esta manera se generan y regeneran en el juego de las trampas.

Tram[p]as de la comunicación y la cultura cuenta con producciones de Washington Uranga, Pablo Alabarces, Martín Becerra, Guillermo Mastrini, Eugenio Zaffaroni, Estela Barnes de Carlotto, Rossana Reguillo, Orlando Barone, Jorge Huergo y Florencia Saintout entre otras reconocidos referentes de la comunicación, la cultura y las ciencias sociales.

Cada número de la revista es monotemático. La última publicación, editada en abril de este año, abarcó los debates y trabajos expuestos en el III Congreso Internacional de Comunicación, Géneros y Sexualidades. En el próximo número, sepondrá el ojo en la Comunicación/Educación en tiempos de restitución de lo público. Su editor general es Sebastián Novomisky.



PARA LOS GRANDES MEDIOS

La revista de la SIP para su libre expresión

Hora de cierre es la revista oficial del Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), dirigido por Ricardo Trotti y cuya sede está en Miami-Estados Unidos. La SIP es la organización que defiende a los grandes medios periodísticos de la región, entre ellos Clarín, La Nación y la Voz del Interior de Argentina. Se presenta a la sociedad como defensora de la libertad de expresión de todas las Américas. Las asociadas la SIP son publicaciones o cadenas de periódicos. Tiene 1.300 afiliados.

La revista Hora de cierre, con 18 años ininterrumpidos, está dirigida al personal de la industria editorial y periodística. Es trimestral y se distribuye gratis a sus socios, periódicos y demás entidades periodísticas. Desde fines de 2007 se edita en formato digital (<http://www.sipiapa.org/>).

El objetivo de Hora de cierre es ofrecer información sobre lo que ocurre, a nivel técnico y periodístico en la industria mundial Internet 2.0, el nuevo rol del periodismo, redes sociales, la cultura organizativa de los periódicos, la era digital, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, los desafíos de la prensa escrita y la gestión de medios, son algunos de los problemas sobre los que tratan sus artículos.



EL SUR EXISTE

Temas propuestos por Río Cuarto

Temas y Problemas de Comunicación es la revista académica del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC). Se edita ininterrumpidamente desde 1993 e integra el Catálogo internacional Latindex y la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura. Su editor responsable es Gustavo Cimadevilla.

La revista ha publicado trabajos de investigación, docencia y extensión que se desarrollan en dicho espacio universitario, y colaboraciones de otras instituciones nacionales y extranjeras. Es por ello que el Consejo Editorial tiene representantes de Argentina, Brasil, Bolivia, Estados Unidos y Francia.

Propone, principalmente, promover la investigación social y difundir el conocimiento generado en comunicación para contribuir al diálogo en el espacio académico y profesional de la comunicación.



ESOS AVATARES

Desde la Universidad de Buenos Aires

Editada semestralmente desde agosto de 2012, Avatares de la Comunicación y la Cultura es una publicación electrónica de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA). Se propone como un espacio para la circulación del conocimiento y la investigación en comunicación (<http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares>).

A tono con las revistas de la disciplina, propone una mirada plural del conocimiento que se produce en el campo, por su vigencia política, social y cultural y por su relevancia y novedad.

Cada número articula un dossier temático, que sintetiza el estado del arte de los trabajos de investigación, una sección de artículos que da luz a los múltiples objetos y enfoques que se construyen y complejizan en ese campo disciplinar. La dirige Glenn Postolski.

En la primera publicación la temática abordada fue la relación entre memoria y prensa. En la segunda se hizo foco sobre las transformaciones políticas, económicas y culturales a partir de las nuevas tecnologías de la comunicación. En la tercera se pudo comprender el estado de arte de las teorías y representaciones contemporáneas en torno a las culturas populares y en su última publicación se vislumbró la relación actual entre comunicación y arte.