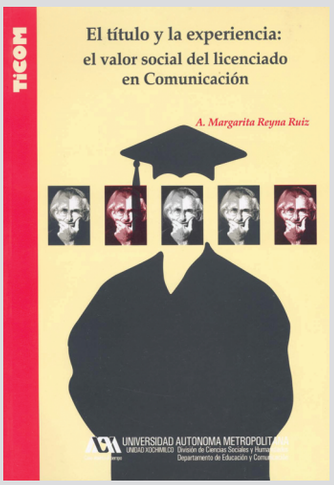


■ **EL TÍTULO Y LA EXPERIENCIA: EL VALOR SOCIAL DEL LICENCIADO EN COMUNICACIÓN,** *A. Margarita, R. Ruiz, 157p, 2003.*

En la búsqueda de la legitimidad para las profesiones de la comunicación, son escasos los aportes de investigación que profundicen el análisis del campo académico y sus articulaciones sociales. Este libro da cuenta de uno de estos estudios, enfocado sobre el valor simbólico de la práctica comunicativa y su ejercicio profesional en relación con el mercado de trabajo, tomando en cuenta que el valor simbólico de esa práctica no se manifiesta en el reconocimiento cabal de su legitimidad por parte de los agentes e instituciones que participan en ese mercado particular. El trabajo empírico, está basado por una interpretación muy cuidadosa de la obra de Pierre Bourdieu.

EDITORA: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA XOCHIMILCO. MÉXICO, D.F.

■ **LA RADIO MARAVILLOSA Y MÁGICA...,** *Héctor Escalante Ramírez, 2004.*

El libro tiene como objetivo exponer una visión de la naturaleza, características, alcance y poder que atesora la radio como medio de comunicación de masas. Sus cuatro capítulos explican las características del medio, su historia parcial en el mundo, en Venezuela y en el Zulia, así como otros datos de interés.

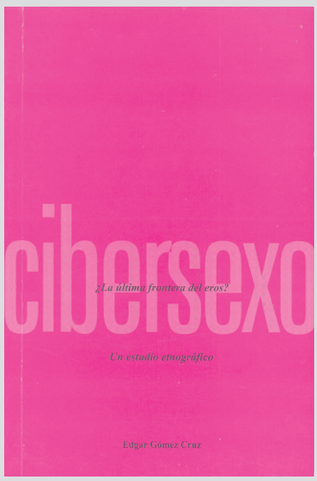
EDITORA: EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA. MARACAIBO, VENEZUELA.

■ **POR UMA OUTRA COMUNICAÇÃO,** *Dênis Moraes (org.) 414p, 2003.*

A mídia e as indústrias culturais exercem influência direta na configuração dos imaginários sociais, privilegiando crenças, hábitos e estilos de vida muitas vezes sintonizados com a febre de consumo dos mercados mundiais. Os meios de difusão projetam-se tanto por respaldar ideologicamente a globalização quanto por produzir e comercializar um volume ininterrupto de conteúdos e marcas, graças a satélites e fluxos infoeletrônicos. Dênis de Moraes reúne um elenco de autores com reconhecida competência intelectual e prestígio internacional. Todos preocupados não apenas em aprofundar diagnósticos sobre uma época de mercantilização generalizada e de profusão de dados, sons e imagens, como também em vislumbrar alternativas à hegemonia ideológico-cultural do neoliberalismo.

EDITORA: RECORD. RIO DE JANEIRO, BRASIL.

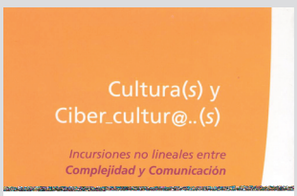
ALAIC-COLOR - 86-112 107 9/27/04, 5:25 PM



■ CIBERSEXO ¿LA ÚLTIMA FRONTERA DEL EROS? UN ESTUDIO ETNOGRÁFICO, *Edgar Gómes Cruz, 137p, 2003.*

Este libro expone ordenada y sistemáticamente los elementos construidos por el autor a lo largo de varios años para relacionar las nuevas tecnologías, Internet y la comunicación mediada por computadora con la identidad, la comunicación, la comunidad, la socialización, el género, es decir, la forma en la que las personas construyen, asumen, se apropian y viven la comunicación que se da a través del Internet. Centrado en el estudio de las comunidades virtuales, el autor desarrolla una metodología para investigar etnográficamente el cibersexo y tratar de comprenderlo con datos empíricos directos.

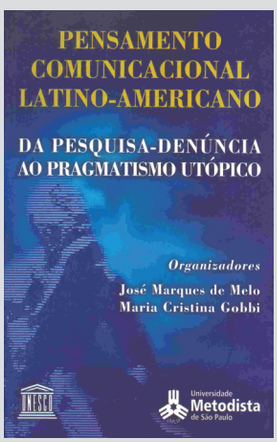
EDITORA: UNIVERSIDAD DE COLIMA. COLIMA, MEXICO, D.F.



■ CULTURA(S) Y CIBER_CULTUR@..(S). INCURSIONES NO LINEALES ENTRE COMPLEJIDAD Y COMUNICACIÓN, *Jorge A. Gonzáles, 212p, 2003.*

Con seis trabajos representativos y emblemáticos y los aportes ofrecidos por Jorge González sobre la cultura durante más de dos décadas, desde el desarrollo de la categoría "frentes culturales" hasta la indagación sobre la tecnología y la cibercultura en una doble vertiente: como objeto de estudio y como un estratégico valor de desarrollo, que se concreta en el rediseño de tres culturas/cultivo de nuestras habilidades prácticas y representaciones sobre la información, el conocimiento y la comunicación. Es el marco de presentación de la propuesta del modelo y el Laboratorio de Comunicación Compleja, impulsados por el autor en los años más recientes.

EDITORA: UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. MÉXICO, D.F.

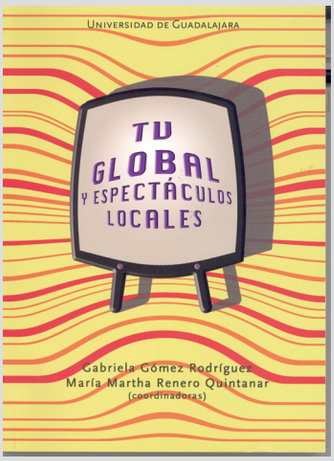


■ PENSAMENTO COMUNICACIONAL LATINO-AMERICANO: DA PESQUISA-DENÚNCIA AO PRAGMATISMO UTÓPICO. *José Marques de Melo y Maria Cristina Gobbi, 351p, 2003.*

O livro é o sétimo volume desta coleção, reproduz trabalhos selecionados do VII Celacom, realizado em maio de 2003. O leitor caminhará por um conjunto de textos que oferecem aos pesquisadores estudantes e profissionais da área da comunicação o conhecimento sobre os principais desafios que têm motivado a comunidade acadêmica para o trabalho conjunto e que, sem dúvida, tem se constituído em uma das ações mais importantes para a disseminação das idéias da Escola Latino-Americana de Comunicação - Elacom.

EDITORA: UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO. SÃO BERNARDO DO CAMPO, BRASIL.

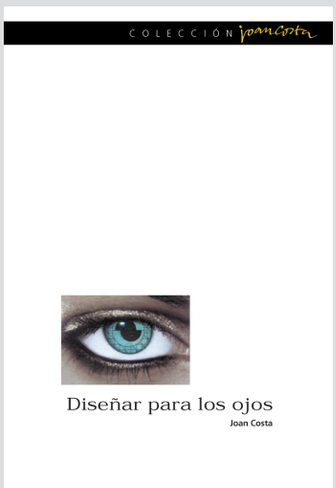
ALAIC-COLOR - 86-112 108 9/27/04, 5.25 PM



■ **TV GLOBAL Y ESPECTÁCULOS LOCALES,** *Gabriela Gómez Rodrígues y María Martha Renero Quintanar (Cords.), 158p, 2003.*

En este libro se incluyen colaboraciones de dos coordinadoras y de dos investigadores de la Universidad Complutense de Madrid, que coinciden en el interés por indagar y ubicar las características del género de realidad en la televisión en español. Se analizan cuatro formatos de este género: el "talk show", el "infoshow", la "televigilancia" como en "Big Brother" y los "reality musicales" como "Operación Triunfo". Los formatos, el género televisivo en que se agrupan, así como el análisis de casos concretos, presentan características muy interesantes y desafiantes a lo que hasta hace poco habían sido las relaciones canónicas entre la televisión y sus audiencias.

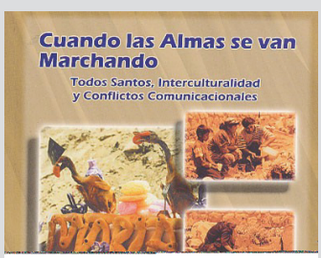
Guadalajara, Mexico.



■ **DISEÑAR PARA LOS OJOS,** *Joan Costa, 185p. 2003.*

Diseñar para los ojos, libro de la "Colección Joan Costa", de Diseño y Comunicación Corporativa nos brinda una concepción humanista, conceptual y revolucionaria que se centra en la mirada. El ojo es el sujeto de las acciones humanas vinculadas al conocimiento. Casi nada se puede aprehender si no es a través de la mirada. Nos lleva del lenguaje bimedia a la esquemática como tercer lenguaje; del diseñador gráfico al visualista integral. Entre la escala de la mirada y la escala del gesto, el sustento de la ergonométrica y la señalética; de la identidad compleja de las organizaciones y su imagen, de la puesta en juicio de la propia materialidad de la imagen y el soporte en la era de la información y el conocimiento.

Editora: Desing. La Paz, Bolívia.



■ **CUANDO LAS ALMAS SE VAN MARCHANDO.**
Xavier Jordán Arandia, 140 p, 2004.

Inserto en el campo de la comunicación y cultura, el libro hace un análisis de los conflictos culturales surgidos en la ciudad boliviana de Cochabamba a partir de la Fiesta del Día de los Difuntos. Marcada por la intolerancia de los sectores hegemónicos ante las prácticas rituales populares, esta fiesta se desarrolla cada año en medio de prohibiciones y censuras que afectan la continuidad de las tradiciones populares, negando así la inserción e interrelación comunicativa de los sectores subalternos en la lógica urbana y en las políticas municipales.

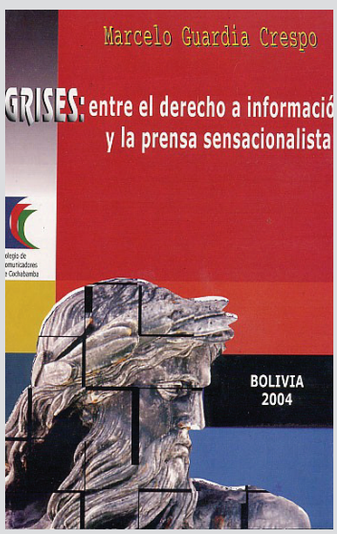
Ediciones: Runa Colección Mayor Colegio de Comunicadores de Cochabamba, Bolivia.

ALAIC-COLOR - 86-112 109 9/27/04, 5.25 PM

■ **INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN. MÉXICO EN LOS ALBORES DEL SIGLO XXI,** *Norma Patrícia M. Reynoso, 424p, 2003.*

Por tercer año consecutivo, la AMIC publica una selección de avances de investigación de sus miembros. En sus 23 capítulos puede apreciarse una muestra de la diversidad de intereses temáticos y de perspectivas teórico-metodológicas que caracterizan a la investigación académica mexicana en comunicación. La coordinadora de la obra, también presidenta de la asociación, enfatiza la relación de la publicación con el fortalecimiento de la asociación, con el desarrollo de los estudios sobre la comunicación y con el seguimiento de las tendencias de cambio en el entorno nacional. Entre los autores se cuentan algunos de los investigadores mexicanos más experimentados.

EDITORA: AMIC. MÉXICO, D.F.



■ **GRISES: ENTRE EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA PRENSA SENSACIONALISTA**, *Marcelo Guardia Crespo, 120p, 2003.*

Retomando la discusión sobre un tema que muchos creían agotado, el texto propone reflexionar el sensacionalismo desde la perspectiva y los derechos de los consumidores. Como afirma Adalid Conteras en el prólogo, éste "no es un libro para ortodoxos ilustrados ni para élites que tildan todo lo popular de vulgar, inculto, delincuencial y otros (des)calificativos... No es un libro apto para la ortodoxia comunicacional, la de los discursos apocalípticos de los medios de comunicación, fabricada para dorar de principios altruistas el polo de la emisión e

EDITORA: COLÉGIO DE COMUNICADORES DE COCHABAMBA, BOLIVIA.

■ **O AMIGO DO REI: CARLOS RIZZINI, CHATÔ E OS DIÁRIOS ASSOCIADOS,** *Paulo da Rocha Dias, 296p, 2004.*

Abordando a trajetória intelectual de Rizzini, essa obra, de estilo atraente e fundamentada em pesquisa exaustiva, é uma importante referência para a história da imprensa brasileira. Braço direito de Assis Chateaubriand, Rizzini iniciou a moderna bibliografia midiática, lançando em 1954 Hipólito da Costa e o Correio Braziliense. Dias, na verdade, fez com Rizzini o que este fez com Hipólito da Costa, pai da imprensa brasileira. Apresenta ricos ensaios sobre os livros de Rizzini sobre o jornalismo brasileiro antes da tipografia, de seu desenvolvimento da Imprensa Régia à Independência e de seu ensino.

EDITORA: LETRAS CONTEMPORÂNEAS. FLORIANÓPOLIS, BRASIL.

ALAIC-COLOR - 86-112 110 9/27/04, 5:25 PM