

# América del Norte: las consecuencias del 11 de septiembre

La selección aquí presentada incluye referencias de revistas publicadas recientemente en diferentes áreas del mundo sobre comunicación social, industrias culturales y nuevas tecnologías audiovisuales. Se incluye también la dirección del sitio web de la revista o de la institución que la edita o, en su defecto, su correo electrónico. De esta manera, se facilita su localización y los contactos con sus responsables.

Canadian Journal of Communication

[www.CJC-online.ca](http://www.CJC-online.ca)

(Calgary, AB: University of Calgary, vol. 27, núm. 1, 2002). Cuenta con artículos sobre las campañas propagandísticas de la industria pesquera contra la conservación ecológica, la política cinematográfica uruguaya dentro del Mercosur, el análisis sobre la sospecha y la fe en la película *Suspicion* de Hitchcock, y la cobertura internacional de los diarios canadienses en los años noventa.

Communication Research Reports

[www.as.wvu.edu/comm](http://www.as.wvu.edu/comm)

(Lancaster, OH: Eastern Communication Association, vol. 19, núm. 1, invierno de 2002). Se ocupa de las relaciones comunicativas entre los estudiantes y sus profesores, la mediación paterna ante la utilización de Internet por parte de los niños, la superación de inhibiciones para la capacidad expresiva, la toma de decisiones en un grupo democrático, la expresión pública de los estudiantes, y la comunicación no verbal en el aprendizaje escolar.

## Communication Research Trends

### **cscs.scu.edu/trends**

(Santa Clara, CA: Centre for the Study of Communication and Culture / Santa Clara University, vol. 21, núm. 1, 2002). Monográfico sobre terrorismo y medios de comunicación, incluye análisis bibliográficos sobre la definición de terrorismo, los medios como colaboradores, las fuentes militares, los atentados del 11 de septiembre de 2001, los secretos oficiales, el problema de los rehenes en los secuestros, el contraterrorismo de estado y los derechos humanos, y el papel más apropiado para los medios.

## Critical Studies in Media Communication

### **www.natcom.org**

(Washington, DC: National Communication Association, vol. 19, núm. 1, marzo de 2002). Se ocupa del consumo de cultura afro-americana a través de la publicidad de Budweiser (con la expresión *whassup*), el ocultamiento de la homosexualidad en las series televisivas, la reafirmación de los roles sexuales y maternos, y los tópicos en la representación del cuerpo de la mujer en televisión.

## Journal of Broadcasting & Electronic Media

### **www.beaweb.org**

(Washington, DC: Broadcast Education Association, vol. 46, núm. 1, marzo de 2002). Analiza la conducta masiva de la audiencia de Internet, los efectos de la pornografía en la Red, las diferencias entre los contenidos en línea y los impresos, los usos y gratificaciones de la información política en línea, la mediación paterna ante la visión televisiva de los niños, la representación de las razas en los telediarios, el favoritismo por el género masculino en el horario de máxima audiencia de las grandes cadenas, y los verdaderos [padres fundadores] de la televisión norteamericana.

## Journal of Communication

### **jnl.orders@oup-usa.org**

(Washington, DC: International Communication Association / Oxford University Press, vol. 52, núm. 1, marzo de 2002). Se interesa por la violencia en la televisión norteamericana practicada por niños, jóvenes y adultos, las agresiones físicas en los vídeos musicales, las

posibilidades del chip antiviolencia y las reacciones de la industria, la creación de identidad de las chicas a través del consumo audiovisual, y el marco del feminismo en la programación televisiva.

Newspaper Research Journal

**[nrj@cc.memphis.edu](mailto:nrj@cc.memphis.edu)**

(Memphis, TE: University of Memphis / AEJMC, vol. 23, núm. 1, invierno de 2002). Presenta diferentes aspectos de la prensa norteamericana, a saber: la importancia de las noticias sólidas, la responsabilidad social de los gerentes y de los editores, la importancia del diseño de la página web en la eficacia comunicativa de los mensajes, la [honestidad] de la propaganda política en la prensa, y la percepción del sensacionalismo por parte de las audiencias norteamericana y mexicana.

Public Opinion Quarterly

**[subscriptions@press.uchicago.edu](mailto:subscriptions@press.uchicago.edu)**

(Chicago, IL: American Association for Public Opinion Research / University of Chicago Press, vol. 66, núm. 1, primavera de 2002). Analiza las elecciones norteamericanas de 1998 a partir del papel de Bill Clinton y Newt Gingrich, la estimación de las tasas residenciales a través de números telefónicos indeterminados, y la brecha de la opinión pública acerca de gays y lesbianas. La encuesta de este número se refiere a pobreza y asistencia social.

Television & New Media

**[www.sagepub.com/ejournals](http://www.sagepub.com/ejournals)**

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 3, núm. 2, mayo de 2002). Monográfico sobre los atentados del 11 de septiembre de 2001, analiza la voz de las mujeres musulmanas, la [fiebre] de la guerra, la opinión pública ante la guerra contra Afganistán, el lugar del espectador, el estado de emergencia, y las perspectivas mediáticas de Italia, Brasil, India, China, Hong Kong y el País Vasco.