

Estados Unidos: el auge de los estudios de género

Communication Research

www.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 31, núm. 3, junio de 2004). Analiza los efectos de la estructura de los discursos "afectuosos" -tanto en la lectura de información como de ficción-, los cambios en el desarrollo infantil a partir del entretenimiento televisivo, los efectos de la identificación étnica en las actitudes de los usuarios de Internet y la percepción de las ayudas por parte de los damnificados de catástrofes.

Communication Theory

www.icahdq.org

(Washington, DC: International Communication Association / Oxford University Press, vol. 14, núm. 2, mayo de 2004). Presenta artículos sobre el desarrollo de la comunicación y la participación ciudadana en Nepal según el pensamiento de Habermas, la atención al semejante desde el punto de vista ético, las implicaciones para la teoría del género de los textos mediáticos sobre biología, y hacia una teoría de la motivación de la gestión informativa.

Critical Studies in Media Communication

www.natcom.org

(Washington, DC: National Communication Association y Taylor & Francis Group, vol. 21,

núm. 2, junio de 2004). Analiza la representación de la violencia contra las mujeres negras en la televisión local de Georgia, la incompreensión del feminismo en la cadena comercial de televisión por cable *Nickelodeon*, la construcción de modelos mediáticos sexuales e identitarios entre las adolescentes asiáticas inmigrantes, y la recepción de los estereotipos de género de telenovelas en áreas rurales de Brasil.

Journal of Applied Communication Research

www.tandf.co.uk/journals

(Washington, DC: National Communication Association / Taylor & Francis Group, vol. 32, núm. 2, mayo de 2004). Edición especial dedicada al análisis de las paradojas, contradicciones e ironías del modelo de comunicación organizacional imperante, con aportaciones sobre el desarrollo de perspectivas aplicadas para sobrellevar las tensiones, las contradicciones y desacuerdos en la experiencia de representación democrática, las reacciones y contradicciones ante los conflictos en las organizaciones, y el humor como herramienta femenina para bajar la tensión en las negociaciones.

Journal of Broadcasting & Electronic Media

www.beaweb.org

(Washington, DC: Broadcast Education Association, vol. 48, núm. 2, junio de 2004). Analiza la liberalización de la propiedad extranjera en los orígenes de la radiodifusión norteamericana entre 1912 y 1927, los desequilibrios regionales en la posesión de radiorreceptores en EEUU entre 1930 y 1950, los efectos mediáticos en la imagen corporal, las diferencias identitarias y de género entre los adolescentes con páginas web, la influencia de la televisión en las expectativas de los adolescentes para buscar pareja, las diferencias de etnia y género en las dietas televisivas para adolescentes, los mensajes televisivos en horario de máxima audiencia según sexo, etnia y profesión, y el papel de las telenovelas brasileñas en la transmisión de consignas sobre integridad política en los medios rurales.

Journal of Communication Inquiry

www.sagepublications.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications / AEJMC, vol. 28, núm. 3, julio de 2004). Edición conmemorativa del 30º aniversario de la revista, está dedicada a las aventuras de un

manifiesto para los estudios críticos, con textos sobre la representación de las madres drogadictas en los telediarios como forma de "paternalismo racista", la crítica de algunos historiadores a la teoría de Habermas sobre el "valor" de la esfera pública en el pasado, la economía publicitaria y el control social de la información, y el modelo de producción de conocimiento colonial en Corea del Sur.

Journal of Mass Media Ethics

ralph.barney@comcast.net

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates / University of South Florida, vol. 19, núm. 1, 2004). Monográfico dedicado a cuestiones de moral mediática, incluye artículos sobre la responsabilidad social en el mundo contemporáneo, el periodismo global ante el terrorismo y el mito de la nación estado, la noción peligrosa del derecho del público a la información, y la manipulación digital de modelos de moda.

Public Opinion Quarterly

www.aapor.org

(Evanston, IL: American Association for Public Opinion Research, vol. 68, núm. 1, primavera de 2004). Analiza el papel de los intereses propios en las investigaciones sobre toma de decisiones, la valoración ciudadana de la gestión de alcaldes blancos y negros, la influencia de las manipulaciones de gráficos y lenguajes simbólicos en las respuestas a los cuestionarios auto-respondidos, las estimaciones de voto en las nuevas elecciones al Congreso y las diferencias en el nivel de respuesta entre encuestas enviadas por los correos electrónico y postal.