

Estados Unidos: la influencia de los mensajes

Communication Research

www.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 30, núm. 5, octubre de 2003). Analiza los efectos de la publicidad televisiva a partir de un estudio realizado a padres con hijos en edad escolar, la audiencia de contenidos mediáticos no deseados por el público, las diferencias de percepción de los crímenes televisivos por parte de padres con hijos menores y de jóvenes solteros, y la liberalización de los mercados ante la penetración mediática extranjera.

Communication Research Trends

<http://cscs.scu.edu/trends>

(Santa Clara, CA: Centre for the Study of Communication and Culture / Santa Clara University, vol. 22, Nº 3, 2003). Monográfico dedicado a los medios de comunicación en tiempos de guerra, incluye artículos sobre la evolución del triángulo “militares-medios-público”, los efectos de la guerra de Vietnam, la invasión de Panamá y la aparición de la CNN, la ruptura de Yugoslavia, la Guerra del Golfo de 1991, la Guerra de Irak de 2003, los videojuegos bélicos, las noticias de guerra y la infancia, y las perspectivas de futuro con las implicaciones religiosas.

Communication Theory

www.icahdq.org

(Washington, DC: International Communication Association / Oxford University Press, vol 13, núm. 3, agosto de 2003). Cuenta con artículos sobre los efectos de los mensajes persuasivos, la reproducción de los estereotipos del poder en los discursos críticos de la enseñanza, los desafíos de la globalización en la comunicación internacional, y la retórica de la ubicuidad como espacio terminal.

Journal of Broadcasting & Electronic Media

www.beaweb.org

(Washington, DC: Broadcast Education Association, vol. 47, núm. 3, septiembre de 2003). Presenta textos sobre las diferencias emocionales entre los contenidos mediáticos y las reacciones públicas ante los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001, la privacidad de los sitios *web* desde una perspectiva global, la opinión pública y las iniciativas políticas de protección de la privacidad en la Red, el desarrollo de la percepción de los jóvenes ante los contenidos televisivos, y la mediación paterna ante la audiencia de niños en edad preescolar.

Journal of Mass Media Ethics

black@stpt.usf.edu

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, vol. 18, núm. 2, 2003). Monográfico acerca de la moralidad en el sistema mediático, incluye artículos sobre las repercusiones de las noticias sobre la vida privada de personajes famosos ante la opinión pública, la defensa de la publicidad desde las leyes naturales, y los debates en las redacciones de prensa sobre la manipulación digital de fotografías periodísticas).

Women's Studies in Communication

www.bk.psu.edu/faculty/ramsey/WSIC.html

(Missoula, MT: Organization for Research on Women and Communication of the WSCA, vol. 26, núm. 2, otoño de 2003). Cuenta con artículos de carácter feminista sobre la representación de conflictos de género en la prensa de Kenya, el papel de la mujer "obediente" en los medios de Israel, la labor de Mary Fisher como activista anti-SIDA, los tópicos sobre género en el ámbito universitario, y el análisis retórico del discurso popular sobre la anorexia.

