América del Norte: las consecuencias del 11 de septiembre

Canadian Journal of Communication

www.CJC-online.ca

(Calgary, AB: Canadian Journal of Communication Corporation, vol. 28, núm. 4, 2003). Presenta artículos sobre el análisis del espacio y el tiempo a través de la Teoría de la Comunicación, el género y la identidad nacional en el deporte televisado canadiense, los medios digitales y el entorno de la información pública, y el teletrabajo como nueva forma de segmentación de género en Canadá.

Communication Research

www.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 30, núm. 6, diciembre de 2003). Analiza los efectos de la información en línea en el ámbito internacional, los conflictos interpersonales desde la Teoría de la Negociación, la interacción social a través de Internet, el cambio de los paradigmas periodísticos en la nueva China, las características nacionales como determinantes en la conformación de la agenda mediática, y las consecuencias de los contenidos audiovisuales violentos en la agresividad adolescente.

Communication Research Trends

cscc.scu.edu/trends

Fundación Telefónica

(Santa Clara, CA: Centre for the Study of Communication and Culture / Santa Clara University, vol. 22, núm. 4, 2003). Monográfico dedicado a estudiar las relaciones entre los deportes y los medios de comunicación, incluye artículos sobre el entretenimiento del espectador deportivo, así como la interactividad creciente entre el deporte y la prensa, la radio, la televisión, la red Internet, los periodistas, el género, la etnia, las drogas, la violencia, la religión, la economía, la política y la identidad nacional de los pueblos.

The Harvard International Journal of Press/Politics

www.sagepublications.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 8, núm. 4, otoño de 2003). Monográfico centrado en la cobertura mediática de conflictos étnicos internacionales, cuenta con artículos sobre el tratamiento de la minoría palestina en Israel, la estructura de la cobertura en un proceso de paz, el seguimiento de los medios suecos ante los atentados del 11 de septiembre de 2001 y los posteriores ataques de EEUU en Afganistán, la comunicación presidencial norteamericana ante los atentados en Nueva York y Washington, y las noticias televisivas referidas a la política exterior de EEUU.

The Journal of Popular Culture

www.blackwellpublishing.com

(Malden, MA: Popular Culture Association / Blackwell Publishing, vol. 37, núm. 2, noviembre de 2003). Estudia la historia de la cultura popular, la visión participativa de la televisión a través de los sitios *web*, el Capitán Canuck como superhéroe del cómic nacional canadiense, la búsqueda de la autenticidad en los mercados, la cerveza como símbolo machista en la cultura popular australiana, la muñeca transnacional Barbie como icono cultural local en México, y la identidad nacional canadiense en los anuncios de cerveza en televisión.

Journalism History

washburp@ohio.edu

(Athens, OH: Ohio University, vol. 29, núm. 3, otoño de 2003). Incluye artículos sobre la censura de prensa en los campos de concentración norteamericanos para japoneses durante la II Guerra Mundial, la cobertura de asesinatos históricos en la prensa de Nebraska, y las corrientes moralistas y anti-alcohol en la prensa norteamericana de finales del siglo XIX.

Fundación Telefónica
Telefónica

Mass Communication & Society

aejmc-mcs.org

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, vol. 6, núm. 4, otoño de 2003). Analiza la importancia de la violencia en las comedias cinematográficas norteamericanas en el último medio siglo, las luchas cuerpo a cuerpo en la programación televisiva, los mensajes sobre belleza en los sitios *web* dirigidos a adolescentes, el perfil de las relaciones públicas en los medios informativos, los efectos de los contenidos informativos y de entretenimiento en la confianza interpersonal, y el impacto del escándalo de la becaria Mónica Lewinsky sobre la opinión pública norteamericana.

Political Communication

www.taylorandfrancis.com

(Philadelphia, PA: Taylor & Francis Group, vol. 20, núm. 4, octubre-diciembre de 2003). Cuenta con una sección especial dedicada a analizar las relaciones entre los sistemas político y mediático norteamericanos, con artículos sobre el control público y la autonomía periodística en la construcción de las noticias, la influencia de las nuevas tecnologías en la construcción de la información, y los cambios introducidos en la Casa Blanca después de los atentados del 11 de septiembre de 2001.

Public Opinion Quarterly

subscriptions@press.uchicago.edu

(Chicago, IL: American Association for Public Opinion Research / University of Chicago Press, vol. 67, núm. 3, otoño de 2003). Se ocupa del uso de Internet como compromiso cívico, la integridad como factor clave en la aprobación de la Presidencia de EEUU entre 1980 y 2000, las consecuencias del impacto de la privacidad y la confidencialidad de los datos del censo de 2000, y los rasgos básicos de una encuesta norteamericana sobre el aborto.

Science Communication: An Interdisciplinary Social Science Journal

www.sapebub.com

BY NC ND

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 25, núm. 2, diciembre de 2003). Analiza los efectos de la lectura en línea sobre la comprensión popular de la ciencia, el interés por los avances genéticos en los diarios *The New York Times* y *The Washington Post* desde los años 70, la cobertura de la investigación científica en los diarios holandeses, y la influencia multicultural en la comunicación científica.

Television & New Media

www.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 4, núm. 4, noviembre de 2003). Monográfico dedicado a la educación mediática, incluye artículos sobre los dilemas de la perspectiva, la política y la práctica, el retraso en la educación mediática de EEUU con respecto a otros países de habla inglesa, la integración crítica entre viejos y nuevos medios educativos según las sociedades, y la utilización social de las tecnologías por parte de las audiencias como estudiantes y como ciudadanos.

Fundación Telefónica