

Europa: consecuencias de la guerra de Iraq

Communication et Langages: Signes, Objets et Pratiques

www.editions.sedes.com

(Paris: Armand Colin, núm. 141, septiembre de 2004). Especial dedicado al sonido y el multimedia (el tránsito del audio analógico al digital, la ¿generatividad? como revolución digital, la digitalización sonora), incluye también otros artículos sobre semiología de la modernidad, la telerrealidad desde una perspectiva política, la epistemología de la comunicación, y los saberes profesionales y científicos dentro de las organizaciones.

Communications Law

www.tolley.co.uk

(Croydon, R.U.: Tolley y Reed Elsevier, vol. 9, núm. 3, 2004). Presenta un perfil de la nueva autoridad reguladora audiovisual británica Office of Communications (Ofcom), nacida a comienzos de 2004 en sustitución de varias anteriores, así como otros artículos sobre la utilización de caricaturas en publicidad, la difamación criminal que perdura en la televisión británica, y la regulación de la propiedad intelectual de las nuevas formas artísticas contemporáneas.

Communications: The European Journal of Communication Research

www.mouton-publishers.com

(Berlín: Mouton de Gruyter, vol. 29, núm. 2, junio de 2004). Analiza la relación entre el nivel



educativo de los adolescentes y su destreza con los ordenadores, el uso de las tecnologías de la información como factor de cohesión de los grupos organizados, la guía de los adultos sobre la fruición televisiva de sus hijos, la contribución de Paul Lazarsfeld al campo teórico de la comunicación social, y los pensamientos de hombres y mujeres cuando ven los telediarios.

European Journal of Communication

<http://online.sagepub.com>

(Londres: SAGE Publications, vol. 19, núm. 4, diciembre de 2004). Analiza las contradicciones entre servicio público y comercialismo en la programación televisiva dirigida a los niños, las críticas recibidas en Escocia a las informaciones televisivas sobre la guerra de Irak, la evolución histórica de los nuevos medios desde una perspectiva teórica, y la producción bibliográfica reciente sobre representación musical.

International Journal of Advertising

ijoaeditor@warc.com

(Londres: Advertising Association, vol. 23, núm. 2, 2004). Incluye artículos sobre la influencia de la publicidad en el consumo de alcohol en el Reino Unido, el papel de la promoción de marcas en la revitalización de productos líderes, los anuncios sobre medicamentos dirigidos directamente al consumidor en EEUU y Nueva Zelanda, la actitud de los médicos ante la publicidad de medicamentos dirigida directamente a los pacientes, y las consecuencias de la publicidad en los sitios *web*.

Journalism Studies

www.tandf.co.uk/journals

(Abingdon, RU: Taylor & Francis, vol. 5, núm. 2, mayo de 2004). Presenta artículos sobre el nuevo periodismo multimedia, la imagen de una ciudadanía pasiva presentada en los telediarios, la reacción de los medios ante las investigaciones controvertidas sobre corporaciones, el lenguaje noticioso en el prelude de la invasión de Irak en 2003, la mirada sobre España de *The New York Times* y *The Guardian*, y los contenidos y las estrategias de los periódicos para ganar lectores jóvenes.

Media, Culture & Society

www.sagepublications.com

(Londres: SAGE Publications, vol. 27, núm. 1, enero de 2005). Incluye artículos sobre el periodismo norteamericano ante las políticas de diversidad, la obsesión por la audiencia en la programación televisiva matinal, los programas de ?entretenimiento educativo? desde la perspectiva de la economía política, el último medio siglo de producción cinematográfica en Zimbabwe, y los retos de la televisión pública.

Nordicom Review

<http://nordicom.gu.se>

(Göteborg, Suecia: NORDICOM, Göteborg University, vol. 25, núm. 1-2, septiembre de 2004). Dedicada a la 16ª Conferencia Nórdica sobre Investigación en Comunicación, incluye comunicaciones sobre el discurso cinematográfico y la política internacional (ficción o información periodística), las estéticas digitales (fotografía, audiovisual), las mediatizaciones y las identidades en la globalización (el caso de la lengua inglesa), y la importancia de la retórica en los estudios mediáticos.

Problemi dell'Informazione

www.mulino.it/rivisteweb

(Bolonia: Il Mulino, vol. XXIX, núm. 3, septiembre de 2004). Incluye artículos sobre el papel crítico tardío de los diarios norteamericanos en la guerra de Irak, la ética del periodismo económico como fenomenología de un objeto desconocido, la trayectoria exitosa del diario económico italiano *Sole-24 Ore* en la última década, la convergencia multimedia en cuatro grandes grupos mediáticos norteamericanos, y la importancia de la técnica en la entrevista periodística.