América del Norte: las consecuencias del 11-S

Communication Arts

www.commarts.com

(Menlo Park, CA: Coyne & Blanchard, Inc., vol. 47, núm. 2, mayo-junio de 2005). Monográfico dedicado al ?diseño ecológico? a partir de creadores en diferentes campos artísticos, cuenta con artículos sobre el diseño arquitectónico en San Francisco, el papel de una agencia publicitaria en Buenos Aires y en Miami, el fotoperiodismo en Los Angeles, la creatividad de la imagen de la *MTV*, la ilustración gráfica en Austin, y otros casos y experiencias diversas del pasado y del presente.

Communication Theory

www.icahdq.org

(Washington, DC: International Communication Association / Oxford University Press, vol 15, núm. 1, febrero de 2005). Monográfico centrado en el análisis de las repercusiones de la biotecnología en el cuerpo humano, cuenta con artículos sobre la tecnología, la ideología y la permeabilidad corporal, la reconfiguración de los cuerpos y el problema de la propiedad, los partidarios de la vida en contra de los partidarios de la salud ante la manipulación de embriones en Canadá, y la hegemonía del pensamiento genético en la cultura contemporánea.

Critical Studies in Media Communication

www.natcom.org

(Washington, DC: National Communication Association y Taylor & Francis Group, vol. 22, núm.

Fundación Telefónica

1, marzo de 2005). Presenta artículos sobre la produccion de sonrisas en la fotografía espontánea, los flujos mercantiles de televisión infantil en EEUU, las tertulias sobre deportes en la radio, las características de la huelga de personal en el diario *Los Angeles Herald Examiner*, y un fórum crítico sobre la trayectoria de la *MTV*.

Journal of Communication

www.joc.oupjournals.org

(Washington, DC: International Communication Association / Oxford University Press, vol. 55, núm. 1, marzo de 2005). Incluye artículos sobre la utilización de los atentados del 11 de septiembre como recurso dramático en los medios, el marco cultural y la producción de discursos discriminatorios, la construcción de la belleza a través de la publicidad en las revistas femeninas, las diferencias entre las conversaciones interpersonales y a través de Internet, el papel de los medios en las elecciones presidenciales norteamericanas de 2000, y la diversidad nacional en las principales revistas especializadas en comunicación.

Journal of Communication Inquirí

www.sagepublications.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications / AEJMC, vol. 29, núm. 2, abril de 2005). Contiene artículos sobre el mito de la libertad de prensa en el cine, la filosofía del exhibicionismo mediático, la construcción de la identidad de pertenencia local y transnacional a través de la edición de prensa china en Canadá, y la creciente colonización corporativa en la red y la marginalización de la comunicación crítica.

Journal of Mass Media Ethics

ralph.barney@comcast.net

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates / University of South Florida, vol. 20, núm. 1, 2005). Incluye artículos sobre los fundamentos filosóficos para una ética global del periodismo, la prédica de la tolerancia ante la decepción periodística, la obligación de calificar la especulación, los problemas éticos ocasionados por las cartas anónimas al director, y los puntos comunes entre periodistas e investigadores sobre la ética.

Journal of Public Relations Research

ralph.barney@comcast.net

Fundación Telefónica

Telefónica

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates / AEJMC, vol. 17, núm. 1, 2005). Edición especial dedicada a las relaciones públicas desde una perspectiva crítica, contiene artículos sobre las técnicas de relaciones públicas utilizadas por el poder económico o político frente a los activistas críticos, la Red de las Ciencias de la Vida y su batalla por la verdad, y las relaciones públicas como técnicas profesionales o más bien estrategias para el mantenimiento de la hegemonía.

Public Opinion Quarterly

www.aapor.org

(Evanston, IL: American Association for Public Opinion Research, vol. 69, núm. 1, primavera de 2005). Contiene artículos sobre el papel de los revisionistas elitistas y las creencias populares a propósito de la gesta de Cristóbal Colón, las diferentes características de la encuesta deliberativa frente a actitudes restrictivas, el envejecimiento de la población de EEUU y el soporte a la fundación de escuelas nacionales, y la evolución de las respuestas negativas en las encuestas telefónicas del último cuarto de siglo.

Fundación Telefónica
Telefónica