Europa: Los medios ante el poder

Communication et Langages: Signes, Objets et Pratiques

www.editions-sedes.com

(Paris: Armand Colin, núm. 148, junio de 2006). El informe principal está dedicado a los diálogos políticos como imágenes especulares, e incluye artículos sobre la argumentación y la ideología como mecanismos retóricos en los debates políticos, las prácticas argumentativas en los debates televisados, el papel del presidente Chirac en la ?arena mediática?, y la vida privada de los políticos como tabú de la prensa francesa.

Communications & Strategies

www.idate.org

(Montpellier: IDATE, núm. 61, primer trimestre de 2006). Edición especial dedicada a analizar la competencia entre dos mercados paralelos (las aplicaciones sociales de las industrias de la información y la comunicación), y cuenta con artículos sobre las interacciones entre estos dos sectores centrales de la sociedad digital, los sistemas de abonados por prestación de servicios de valor añadido, y el impacto del uso del móvil en las relaciones interpersonales y sociales.

International Journal of Advertising

www.warc.com

(Londres: Advertising Association, vol. 25, núm. 2, 2006). Monográfico dedidado a la publicidad de alimentos, cuenta con artículos sobre la promoción de la obesidad infantil en Reino Unido a

Fundación Telefónica

través de los anuncios, las asimetrías informativas en el mercado alimentario alemán, la hegemonía de las grandes marcas, y la promoción de alimentos industriales en el supermercado.

Media History

www.tandf.co.uk/journals

(Abingdon, RU: Taylor & Francis Group, vol. 12, núm. 1, abril de 2006). Analiza la crisis del modelo de negocio mundial de noticias con el caso de la Reuters en Australia a finales del siglo XIX, la dependencia internacional y el monopolio informativo doméstico de las agencias de noticias europeas entre 1861 y 1932, la *BBC* y los objetores de conciencia durante la Segunda Guerra Mundial, y evolución de la prensa británica entre 1850 y 1950.

Problemi dell?Informazione

www.mulino.it/rivisteweb

(Bolonia: Il Mulino, vol. 31, núm. 2, junio de 2006). Dedica dos artículos a las elecciones generales italianas de 2006 (la relación sucia entre política y medios, y la difícil partida de Berlusconi), y otros a los periodistas y la información antimafia en la era digital, la opacidad de las encuestas periodísticas italianas, los semanarios católicos, y la identidad regional en la prensa francesa.

Fundación Telefónica