América del Norte: Los medios ante la guerra

Camera Obscura: Feminism, Culture and Media Studies

suscriptions@dukeeupress.edu

(Durham, NC: Duke University Press, núm. 61, 2006). Edición especial dedicada a conmemorar el 30º aniversario de la fundación de la revista, en la que se hace un balance del pasado y se predice el futuro, se analizan los estudios mediáticos dedicados a la cultura feminista (feminismo, materialidad, temporalidad), así como se aventura en el futuro de las prácticas mediáticas y políticas del movimiento.

The Communication Review

www.tailorandfrancis.com

(Philadelphia, PA: Taylor & Francis Group, vol. 9, núm. 2, 2006). Hace una revisión de los estudios de audiencia de Martin Barker y David Morley en la ?era de la post-audiencia?, y se plantea las cuestiones no resueltas en la investigación en este campo, el futuro que se adivina pero que todavía no existe, y la militarización de los medios en el frente de guerra y en el interior de los hogares.

Communications Research Trends

http://cscc.scu.edu

Fundación Telefónica

(Santa Clara, CA: Centre for the Study of Communication and Culture, vol. 25, núm. 2, 2006). Monográfico dedicado a la comunicación participativa y para el desarrollo, cuenta con textos sobre los antecedentes y la definición de conceptos, la comunicación para el desarrollo desde la perspectiva de los derechos humanos, los modelos participativos y liberadores, los medios alternativos, el papel de la globalización y las diferencias de género, y las perspectivas desde del Tercer Mundo.

Critical Studies in Media Communication

www.natcom.org

(Washington, DC: National Communication Association / Taylor & Francis Group, vol. 23, núm. 1, marzo de 2006). Estudia la forma de medición del control de la propiedad en *The New York Times*, la democracia radical de los medios alternativos como constructores discursivos, técnicos e institucionales, las estrategias de los negocios mediáticos en los años 80, y los efectos culturales, políticos y mediáticos del huracán Katrina en la sociedad norteamericana.

Journal of Advertising Research

www.jar.warc.com

(Nueva York, NY: World Advertising Research Center, vol. 46, núm. 1, marzo de 2006). Dedicada monográficamente a analizar las emociones en la publicidad, se pregunta qué hacen los consumidores con la publicidad desde un punto de vista emocional, la utilización de mitos en el crecimiento de las marcas, la necesidad de medir las emociones para asegurar la identificación futura con las marcas, y el discurso persuasivo: qué se dice y cómo se dice.

Journal of Applied Communication Research

www.tandf.co.uk/journals

(Washington, DC: National Communication Association / Taylor & Francis Group, vol. 34, núm. 2, mayo de 2006). Desentraña el papel de los grupos de discusión como focos de influencia ante los cambios de actitudes personales, la búsqueda del liderazgo en los grupos teatrales comunitarios, la obtención del consenso en las comunidades de vecinos, y las redes personales y sociales generadas por la telefonía móvil.

Journal of Broadcasting & Electronic Media

Fundación Telefónica

www.beaweb.org

(Mahwah, NJ: Broadcast Education Association / Lawrence Erlbaum Associates, vol. 50, núm. 1, marzo de 2006). Estudia la utilización de la comunicación no verbal en las coberturas televisivas a partir de la crisis del 11-S, la exposición de los candidatos políticos a las elecciones primarias en los programas de variedades, los efectos de la utilización del riesgo en los anuncios de cerveza dirigidos a jóvenes bebedores, y el papel de la mujer en los informativos televisivos durante los preparativos de la invasión de Irak.

Journal of Mass Media Ethics

www.jmme.org

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates / University of South Florida, vol. 21, núm. 1, 2006). Analiza el tratamiento de la ocupación de Irak en los grandes medios de comunicación, la aplicación de normativas para periodistas en las salas de redacción, la teoría de la responsabilidad social y el estudio de la ética periodística en Japón, y los efectos de un programa televisivo educativo en las actitudes críticas ante la violencia mediática.

Journalism History

washburp@ohio.edu

(Athens, OH: Ohio University, vol. 32, núm. 1, primavera de 2006). Incluye artículos sobre el papel de la revista *Life* en la construcción del moderno reportaje sobre sucesos en EEUU, la cobertura de la liga negra de baloncesto en los diarios *Pittsburgh Courier* y *Chicago Defender* a comienzos del siglo XX, y los premios concedidos en Missouri para honrar lo mejor de las noticias femeninas.

Journalism & Mass Communication Educator

www.aejmc.org

(Columbia, SC: Association for Education in Journalism and Mass Communication, vol. 61, núm. 1, primavera de 2006). Presenta artículos sobre el papel de los hombres como líderes, el pensamiento de los estudiantes británicos de Periodismo sobre el concepto de ética, la integración de la Publicidad y las Relaciones Públicas en los estudios universitarios, y la utilización del periódico estudiantil para la enseñanza de métodos de investigación.

Fundación Telefónica

Mass Communication & Society

www.erlbaum.com

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates / Mass Communication & Society Division of AEJMC, vol. 9, núm. 2, primavera de 2006). Analiza las estrategias de marginación de las protestas por la ocupación de Irak en la prensa norteamericana, la importancia del género en las noticias sobre crímenes, el escepticismo de los grandes medios en el tratamiento del conflicto palestino-israelí, las relaciones entre el uso de Internet y los contratos internacionales, el papel del trabajo doméstico en los anuncios televisivos, y el humor sexual en las películas de Hollywood.

Political Communication

www.taylorandfrancis.com

(Philadelphia, PA: Taylor & Francis Group / APSA, vol. 23, núm. 2, abril-junio de 2006). Monográfico dedicado al estudio de la nueva institucionalización de las noticias, cuenta con artículos que analizan la investigación sobre los medios institucionales, los medios como actores políticos, los orígenes de la ética de la objetividad periodística, los medios como ?campos periodísticos? según Bordieu, y el análisis de contenido de las noticias en el nuevo contexto institucional.

Public Opinion Quarterly

www.aapor.org

(Evanston, IL: American Association for Public Opinion Research, vol. 70, núm. 2, verano de 2006). Cuenta con artículos sobre la trascendencia racial en los triunfos militares de Colin Powell, el sexo del mismo género en EEUU, las diferencias entre la abstención electoral y las estimaciones de las encuestas en California, el rasgo de la honestidad y la honradez en las elecciones presidenciales de 2000, y las encuestas sobre obesidad en EEUU.

Fundación Telefónica
Telefónica