Europa: los retrasos de la tecnología digital

Communications Law

www.tottelpublishing.com

(West Sussex, RU: Tottel Publishing, vol. 11, núm. 1, 2006). Analiza la legislación en informática, medios y telecomunicaciones, con artículos sobre la regulación mundial de Internet y la lucha por el control de las fuentes, las consecuencias legales de un periodismo irresponsable, los intentos de control del correo electrónico por parte de los tribunales de Justicia, y la obtención de ventajas competitivas en tecnología de la información.

Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies

http://online.sagepub.com

(Londres: Sage Publications, vol. 12, núm. 2, mayo de 2006). Monográfico especializado en la revolución digital en el medio radiofónico, incluye artículos sobre un proyecto de emisora en la *web* para creativos e investigadores, las interacciones posibles entre la *web radio* y las emisoras policiales, la utilización del iPod como sustituto de la radiodifusión, y la lucha por el control de la *DAB Digital Radio* en el Reino Unido.

The Information Society: An International Journal

www.taylorandfrancis.com

(Abingdon, RU: Taylor & Francis Group, vol. 22, núm. 4, 2006). Monográfico dedicado a analizar el papel de las TIC en la vida cotidiana, cuenta con artículos sobre la contribución de la investigación en el consumo mediático e informático doméstico, la experiencia infantil con

Fundación Telefónica
Telefónica

Internet y su reflejo en la investigación sobre nuevos medios, la utilización de Internet en los hogares norteamericanos según el sexo, y el mundo cambiante de la tecnología doméstica según Microsoft.

Inter Media: Setting the Agenda in Communication Policy

www.iicom.org

(Londres: International Institute of Communications, vol. 34, núm. 3, julio-agosto de 2006). Se aventura en el futuro de la industria televisiva, la elección entre ordenador y televisor como plataforma futura de Internet, los juegos asiáticos y los mercados radiotelevisivos, el papel de los ?autores ciudadanos? en la elaboración de *Wikipedia*, los problemas de los resistentes al tránsito digital, y la diferente regulación radiotelevisiva entre EEUU y Europa.

The International Communication Gazette

http://gaz.sagepub.com

(Londres: Sage Publications, vol. 68, núm. 4, agosto de 2006). Incluye artículos sobre la aplicación de las teorías de los movimientos sociales al análisis de la reforma de los medios globales, la experiencia comunicativa teórica y práctica en la tribu amazónico-peruana Minga, las interrelaciones entre los grupos mediáticos franceses y norteamericanos, y la cultura pública en la televisión estatal de Malasia.

Media, Culture & Society

http://mcs.sagepub.com

(Londres: Sage Publications, vol. 28, núm. 6, noviembre de 2006). Analiza el tratamiento periodístico sobre genética y biotecnología, la creciente centralidad de los sistemas mediáticos de Asia-Pacífico, la emergencia de una nueva audiencia radiofónica en Australia, las narraciones personales sobre turismo sexual a través de Internet, y la actual dinámica del poder en las políticas de comunicación.

Nordicom Review

http://nordicom.gu.se

(Göteborg, Suecia: NORDICOM, Göteborg University, vol. 27, núm. 2, noviembre de 2006). Reproduce las actas de la 17ª conferencia nórdica de investigación en comunicación, entre las

Fundación Telefónica
Telefónica

que destacan aportaciones sobre los nuevos sonidos digitales, los espacios abierto y cerrado del discurso público, la diversidad ante la ?tecnocratización? de la política mediática europea, el consumo mediático entre los intereses público y privado, la participación ciudadana de grupos étnicos minoritarios en la prensa, y los jóvenes ante los nuevos medios en el nuevo milenio.

Reseaux: Communication, Technologie, Société

www.e-revues.com

(Cachan, Francia: FT R&D / Lavoisier, vol. 24, núm. 135-136, 2006). Monográfico dedicado a la distribución mercantil, cuenta con artículos sobre el libre servicio en manos del público, la cadena Carrefour y la revolución de los hipermercados, el *marketing* telefónico en la estrategia comercial, las ?colecciones? de productos alimenticios en las grandes superficies, los productos de marca del distribuidor, y la elección del consumidor en el acto de compra.

Fundación Telefónica
Telefónica