Europa: Nuevos desafíos de la investigación en comunicación

Communication et Langages: Signes, Objets et Pratiques

www.editions-sedes.com

(Paris: Armand Colin, núm. 153, septiembre de 2007). Este número incorpora un *dossier* sobre los poderes de sugestión del papel frente a otros soportes, con diferentes artículos que tratan, entre otros, el uso del papel en las prácticas *marketinianas* o los aspectos semióticos de la publicidad en prensa. Por otra parte, incorpora otra serie de escritos sobre el cine francés, que se debate entre las grandes producciones al estilo *neohollywoodiense* y las obras de autor, así como una reflexión en torno al programa de debate político ?L?Arène de France? (France 2). Finalmente, la revista aporta un estudio sobre el arte contemporáneo en algunas imágenes publicitarias televisivas.

Media, Culture & Society

http://mcs.sagepub.com

(Londres: Sage Publications, vol. 29, núm. 5, septiembre de 2007). Ofrece artículos sobre la batalla por las licencias de radios comerciales en Noruega, el impacto de las cámaras de vigilancia instaladas en las principales ciudades canadienses, la emergencia del mercado cultural asiático pese al predominio norteamericano, Internet y autorregulación en China, la presencia de páginas sobre lesbianas latinoamericanas en el ciberespacio, y la retórica imperante en las webs surgidas como consecuencia de grandes desastres, como el 11-S.

New Media & Society

Fundación Telefónica

Telefónica

http://nms.sagepub.com

(Londres: Sage Publications, vol. 9, núm. 4, agosto de 2007). Analiza el consumo de juegos de ordenador por parte de las mujeres adultas y estudia las diferencias de género en relación con esta actividad. Por otra parte, estudia las representaciones fotográficas de feminismo y sexualidad en la web *suicidegirls.com*, un sitio comercial que se publicita en los diarios en línea, el empleo de las tecnologías de la comunicación y de la información por niños noruegos de entre 10 y 12 años, los blogs como instrumentos de interacción social, los géneros televisivos y la interactividad, especialmente a través de SMS, y el empleo de Internet por parte de niños y jóvenes en el Reino Unido.

Nordicom Review

http://www.nordicom.gu.se

(Göteborg, Suecia: NORDICOM, Göteborg University, vol. 2, núm. 1, 2007). Bajo el título de Comunicación y Democracia, este número ofrece un monográfico con artículos sobre regulación, libertad de expresión e independencia editorial ¿una relación contradictoria?, imparcialidad informativa y elecciones: el papel de la prensa en democracia, así como un análisis de la cobertura de las campañas electorales en las generales de 1981 y 2005 en dos periódicos noruegos. Además, incluye textos sobre medios de comunicación y derechos deportivos, el papel de la prensa gratuita en una sociedad segregada como la noruega, y diferentes artículos sobre el estado de la investigación en comunicación de masas.

Problemi dell?Informazione

www.mulino.it/rivisteweb

(Bolonia: Il Mulino, vol. XXXII, núm. 2, junio de 2007). Reflexiona sobre los nuevos desafíos de la investigación en comunicación, tras considerar que los medios se encuentran en una encrucijada entre la empresa, el público y el estado, y ofrece un estudio sobre la audiencia de la televisión digital en los principales países europeos. Por otra parte, este número hace dos importantes recorridos históricos: el primero por *La Stampa* y la huella que han dejado sus distintos directores, y el segundo por el rotativo *L?Ora*, que se acompaña además con una entrevista al que fue subdirector del mismo, Franco Nicastro. Finalmente, se publica un artículo relativo al trabajo flexible y su representación, sobre un estudio llevado a cabo en *La Gazzeta del Mezzogiorno*.

Zer. Revista de estudios de comunicación

www.ehu.es/zer

(Bilbao: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, UPV, vol.12, num. 22, mayo de

Fundación Telefónica

Telefónica

2007). Este número consta de un amplio monográfico sobre Industrias culturales y economía de la comunicación, con diferentes artículos como presente y tendencias de la concentración de médios en América Latina, la convergencia de intereses entre banca y grupos de comunicación: el caso de SCH y Prisa, televisión digital terrestre local (TDT-L) en España: los concesionarios privados, grupos mediáticos y culturales en España, y la economia de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. Por otra parte, la revista incluye otras aportaciones sobre percepción de las habilidades y aceptación de las mujeres directivas en las empresas de comunicación, la información en los principales medios de comunicación *on line*: estudiar la representación de género, la mujer en la industria publicitaria, e IPTV: estructura de mercado y tipología en España.

Fundación Telefónica
Telefónica