

# Revista de revistes

## **Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura**

Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Núm 32, 2005.  
ISSN: 0211-2175

El darrer número de la revista que elabora el Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la UAB es caracteritza per la varietat de temes tractats en els seus articles. Entre ells, en destaquen els següents: a "El copyright en la era digital" es descriuen les noves formes de distribució i consum de productes audiovisuals amb copyright que circulen a internet, així com les estratègies dels grups multimèdia; a continuació, "Recuperar la creatividad radiofónica" aposta per la ràdio de ficció com a via per sortir de la crisi que viu el mitjà radiofònic i, finalment, "El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono" analitza els enfocaments dels mitjans vers els escàndols polítics i la cobertura que en fan. Com a homenatge, *Anàlisi* dedica el dossier central a la figura de Josep Maria Baget, professor, investigador i crític de televisió. La revista conclou amb un annex, signat per José Manuel Pérez Tornero, que presenta una anàlisi sobre els interessos de la ciutadania televisiva a Europa que es pot consultar al CD-Rom que s'hi adjunta.

## **European Journal of Communication**

Londres: SAGE Publications  
Vol. 20, núm. 4, desembre 2005  
ISSN: 0267-3231

Aquest lliurament arrenca amb l'article "The Internet and Political Participation. Exploring the Explanatory Links" en què s'explora la relació entre internet, la participació política i la democràcia quant a tres vessants: la xarxa com una font d'informació, com un mitjà comunicatiu i com una esfera pública virtual. Seguidament, l'enquadrament (*framing*) és l'objecte d'estudi als articles "Where is the Frame. Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue" i "Media-Hype. Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Constructions of Social Problems". En el primer cas, s'analitza el tractament informatiu de la immigració il·legal a Bèlgica, mentre que l'autor del segon article pren la cobertura mediàtica de la violència als carrers holandesos per parlar de l'exageració, la distorsió i els efectes del *framing* a la societat.

Per acabar, a "Al Jazeera: The Enfant Terrible of Arab Media", l'autor extreu les idees principals de tres llibres que parlen sobre el canal televisiu per explicar la trajectòria i la incidència d'Al Jazeera al món àrab i a l'esfera internacional.

## **Journal of Communication**

Austin: International Communication Association  
Vol. 55, núm. 4, desembre 2005  
ISSN: 0021-9916

Quin grau de confiança li mereixen a la societat civil bosniana les autoritats, els mitjans de comunicació controlats per l'Estat i els mitjans alternatius? Els autors de "The Role of Trust in Channels of Strategic Communication for Building Civil Society" expliquen com, després de la guerra civil, la població bosniana accedeix a la informació i quin paper tenen els diversos canals de comunicació en el desenvolupament d'aquesta societat civil. L'estudi mostra que la ciutadania bosniana confia més en els mitjans alternatius que en les oficials. També, destaquem el text "Unifying or Polarizing? Short-Term Effects and Postdebate Consequences of Different Rhetorical Strategies in Televised Debates" en què s'analitza la influència en l'opinió pública de la retòrica emprada als debats televisats. Per finalitzar, l'article "Parental Mediation of Children's Television Viewing in Low-Income families" fa una aproximació als efectes que pot tenir la mediació dels pares i mares de famílies de baix poder adquisitiu a l'hora de mirar la televisió amb els seus fills i filles.

### **Media, Culture & Society**

Londres: SAGE Publications

Vol. 28, núm. 2, març 2006

ISSN: 0163-4437

Dels cinc articles principals del darrer lliurament de *Media, Culture & Society* en ressenyem dos. El primer, "Bourdieu, the media and cultural production" fa una valoració de les aportacions teòriques de Pierre Bourdieu. Segons l'autor, el sociòleg francès va formular una teoria de la producció cultural complexa –tot i que amb alguns punts febles– que els seguidors de la vessant crítica anglo-americana haurien de tenir en compte a l'hora d'estudiar la producció mediàtica. Al segon, "Enforcing performance: new approaches to govern public service broadcasting", s'avalua l'estat i els trets definitoris de l'actual servei públic audiovisual a Europa. L'autor d'aquest últim en destaca la importància creixent de la missió de l'operador, l'existència dels contractes de servei públic, dels principis d'actuació i l'anàlisi de la tasca duta a terme pels operadors, així com el paper de les autoritats reguladores. La publicació inclou al final de les seves pàgines les seccions habituals amb ressenyes de llibres i bibliografia recomanada.

### **Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad**

Madrid: Fundación Telefónica

Núm. 67, abril-juny 2006

ISSN: 0213-084X

Les tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC) i els espais d'aprenentatge centren el monogràfic d'aquest número de *Telos* que han coordinat Antonio Mercader i Antonio Bartolomé. Des d'un punt de vista més teòric, diversos autors reflexionen sobre conceptes com l'aprenentatge virtual (eLearning), el *Blended Learning* (o aprenentatge presencial combinat amb la tecnologia no presencial), la universalització tecnològica, l'accés a la informació, la mediació tecnològica en els processos educatius, les conseqüències a la docència universitària, o les repercussions educatives d'eines de treball com els blocs o els *wikis*. El quadern central tanca amb un annex amb recursos i vincles d'interès.

De la resta de textos presentats a les seccions *Tribunas de Comunicación* i *Perspectivas*, en destaquem l'article de Gaetano Stucchi sobre la identitat del servei públic de televisió, i la redefinició de consumidor dins la societat de la informació que fa Raúl Eguizabal. Segons aquest autor, el consumisme ha esdevingut un factor clau de la cultura que ha substituït la religió.

### **Zer. Revista de estudios de comunicación**

Bilbao: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

Vol 10. Núm. 19, novembre 2005

ISSN: 1137-1102

Un total d'onze articles conformen el cos del número 19 de *Zer*. La majoria tracten de la premsa i, pel que fa a l'audiovisual n'hem destacat tres. El primer, "Los niños en la publicidad, una propuesta de categorización de las representaciones sociales sobre la infancia en los anuncios televisivos", analitza un seguit d'anuncis protagonitzats per nens per tal de conèixer la representació social que els adults fan de la infància. Seguint amb els menors, a "La televisión como agente socializador ante el 11-M: percepciones y reacciones de la infancia frente a los atentados terroristas" s'estudia una mostra de 606 escolars madrilenys, i es postula que la gran majoria dels menors van interpretar els fets de l'11-M a partir de l'impacte de les imatges emeses per televisió, i constata l'absència d'agents socialitzadors. A l'últim article, "El audiovisual en la telefonía móvil 3G. Consideraciones formales para una comunicación eficaz" defensa la creació de nous formats per als continguts de la telefonia mòbil de tercera generació que responguin realment a les necessitats dels usuaris.