

Revista de revistas

Communication Theory

Malden, MA–US / Oxford: International Communication Association

Volumen 17. Núm. 2, mayo 2007

ISSN 1050-3293

Entre los artículos de esta última entrega de la revista destaca el titulado “Networks of Terror: Theoretical Assumptions and Pragmatic Consequences”. Los autores, Cynthia Stohl y Michael Stohl, de la Universidad Santa Barbara de California, consideran que el mundo de los medios ha reflexionado muy poco sobre la utilización del término *network* para describir a las organizaciones terroristas. Asimismo, subrayan la apropiación del concepto por parte de la Administración de Estados Unidos en sus discusiones sobre terrorismo. Los autores consideran que un análisis teórico y empírico más extenso evitaría polisemias, usos indebidos y, por lo tanto, permitiría dar una información más rigurosa sobre un fenómeno que es prioritario en la agenda política internacional: el terrorismo.

Comunicazione Politica

Milán: Centro Interuniversitario di Comunicazione Politica

Volumen 7. Núm. 2, diciembre 2006

ISSN 1594-6061

Este volumen de la revista italiana analiza de manera exhaustiva la campaña electoral de abril de 2006, a la que define como a “una campagna all’ultimo voto”. Se trata de una disección científica no sólo sobre la campaña electoral, sino también sobre el clima de opinión que se generalizó en Italia ya a partir de 2004. El cara a cara entre Prodi y Berlusconi, el gran *media event* de la campaña en televisión, es definido por una de las articulistas como “mezzogiorno di fuoco”. También da cuenta de la influencia de internet y las encuestas de opinión pública y, en definitiva, del resultado de las votaciones.

European Journal of Communication

Londres: SAGE Publications

Volumen 22, núm. 1, marzo 2007

ISSN: 0267-3231

En esta entrega de la veterana revista destaca el artículo “How States, Markets and Globalisation Shapes the News”, un estudio amplio de Rodney Benson y Daniel C. Hallin que analiza a la prensa de Francia y de Estados Unidos entre 1965 y 1997. Toman como modelo de referencia el *New York Times*, por un lado, y *Le Figaro* y *Le Monde* por el otro. Partiendo de esta base, constatan cómo la globalización no ha unificado ni homogeneizado el concepto información entre ambas realidades nacionales y periodísticas. Por otro lado, el profesor de la URV de Tarragona Enric Castelló explica en el artículo “The Production of Television Fiction and Nation Building; the Catalan Case” hasta qué punto son importantes la política cultural y la dinámica de producción televisiva propia para determinar el tipo de nación que se representa. Las naciones, concluye Castelló, utilizan la narración de ficción para crear una imagen propia.

Journal of Communication

Norman, OK, Estados Unidos: University of Oklahoma Press

Volumen 50, núm. 1, marzo 2007

ISSN 0021-9916

Este número del *Journal of Communication* es un monográfico que recoge el análisis comparativo de los tres modelos fundamentales de estudio de los informativos, los denominados *news framing*, *agenda setting* y *priming effects*. Examina si esos tres modelos epistemológicos están relacionados entre sí y hasta qué punto. Como punto de partida introductorio, el número hace una introducción a cada modelo teórico y sus raíces conceptuales. El intento de la revista es proponer posibles puentes entre cada una de estas disciplinas (pero, de hecho, podríamos considerar el *priming* como una variación del *news framing*). Lo que une a las tres tendencias es entender la reacción de la audiencia de informativos, la elaboración de una opinión propia y, a partir de ahí, la construcción y justificación de las decisiones políticas individuales.

Llengua i ús

Barcelona: Secretaria de Política Lingüística, Generalitat de Catalunya

Núm. 37, tercer cuatrimestre de 2006

ISSN 1134-7724

Esta edición de la revista que edita la Secretaría de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya está dedicada básicamente al catalán e internet. Los distintos artículos hablan de los medios digitales, *blogs*, traducción automática, *software* libre en catalán y los usos lingüísticos en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) de las pequeñas y medianas empresas de Catalunya.

En la publicación se hace referencia a las estadísticas de la presencia del catalán en internet, la situación de la lengua en los sitios web y las características diferenciales de las páginas webs en catalán.

Media, Culture & Society

Londres; SAGE Publications

Volumen 29, núm. 1, marzo 2007

ISSN: 0163-4437

Este nuevo número de la revista británica ofrece un abanico de distintas experiencias en diferentes partes del mundo. Por un lado, los italianos Bonini y Perotta explican las experiencias de recepción de la radio en la prisión de San Vittori, mientras que Wu y Man Chan analizan la globalización del cine de artes marciales a partir de las alianzas de producción locales e internacionales para filmes como *Crouching Tiger* o *Hidden Dragon*. Entre otros artículos, Emily West profundiza en la próspera industria americana de las tarjetas de felicitación y en cómo reflejan la cultura de masas y cómo se defienden de la crítica general sobre manipulación de sentimientos.