América del Norte: los conflictos internacionales

Canadian Journal of Communication

www.CJC-online.ca

(Calgary, AB: University of Calgary, vol. 28, núm. 2, 2003). Incluye una relectura de la conmoción que produjo Orson Welles en 1938 en el público norteamericano con su ficción *Guerra de los mundos*, frente al ataque real del terrorismo islámico del 11 de septiembre de 2001. Asimismo, cuenta con otros artículos sobre el pensamiento canadiense en el campo de la tecnología de la comunicación y nacionalismo, la construcción de una identidad positiva en enfermos de esquizofrenia, y la imagen de Canadá en la prensa holandesa.

Communication Research Trends

cscc.scu.edu/trends

(Santa Clara, CA: Centre for the Study of Communication and Culture / Santa Clara University, vol. 22, núm. 2, 2003). Monográfico sobre enseñanza y aprendizaje a distancia en la era digital, que tiene en cuenta aspectos como la evolución histórica, las diferencias entre educación presencial y virtual, la distribución de recursos fuera de la escuela, las diferencias entre asignaturas técnicas y humanísticas, la preparación del profesorado, las comunidades virtuales, y las actitudes de los estudiantes.

Communication Theory

www.ct.oupjournals.org

Fundación Telefónica

(Washington, DC: International Communication Association / Oxford University Press, vol 13, núm. 2, mayo de 2003). Cuenta con artículos sobre el análisis de la comunicación a través de diferentes medios culturales, el diseño de intervenciones efectivas en los comportamientos sobre salud pública, el papel de la identidad del grupo y los modelos comunicativos en la comprensión de la influencia de las normas de comportamiento, el diseño de campañas comunicativas dirigidas a jóvenes en contra de las drogas, y un análisis comparativo de modelos de comunicación para el desarrollo.

Journal of Broadcasting & Electronic Media

www.beaweb.org

(Washington, DC: Broadcast Education Association, vol. 47, núm. 2, junio de 2003). Se ocupa del escepticismo de las audiencias ante la agenda pública propuesta por los medios, los modelos de consumo de la programación ante los mensajes medioambientales, la percepción de los físicos por parte de las audiencias televisivas, los personajes homosexuales en la programación televisiva, y la brecha entre el imparable desarrollo tecnológico y la baja calidad de la programación audiovisual.

Journal of Communication Inquiry

www.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications / AEJMC, vol. 27, núm. 3, julio de 2003). Presenta artículos que abordan la crisis de la masculinidad de los blancos y su reflejo en la industria audiovisual, el papel de los medios en la construcción de patrones de anorexia y obesidad entre los jóvenes, la imagen de las mujeres poderosas en las fotografías de *The New York Times Magazine*, y los contactos interpersonales en línea a través de Internet.

Journal of Popular Culture

hoppens2@msu.edu

(East Lansing, MI: Michigan State University / Popular Culture Association, vol. 36, núm. 4, primavera de 2003). Contiene artículos que analizan el papel terapéutico de las autobiografías de mujeres con cáncer de mama, los restaurantes extranjeros como agentes de cambios culinarios y culturales, las características de las maratones benéficas en televisión, el reto de la autenticidad en el cine de carácter histórico, la influencia de las revistas japonesas dirigidas a

Fundación Telefónica
Telefónica

niñas a principios del siglo XX, y la subjetividad femenina en los contenidos de los comics japoneses actuales.

Newspaper Research Journal

nrj@cc.memphis.edu

(Columbia, SC: Association for Eucation in Journalism and Mass Communication / University of Memphis, vol. 24, núm. 2, primavera de 2003). Analiza la cobertura de temas negativos en la prensa, la información sobre violencia política en la escena internacional, la identificación de los tipos de reporteros por parte de la audiencia, la erosión de los privilegios de los periodistas, las ventajas e inconvenientes de la fotografía digital, las fuentes públicas en las informaciones sobre las crisis financieras, y las diferencias entre la prensa y los sitios *web* especializados en economía.

Fundación Telefónica
Telefónica