

América del Norte: la importancia de la comunicación interpersonal

Communication Research

www.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 32, núm. 2, abril de 2005). Analiza la comunicación interpersonal y la percepción de terceras personas como juicio social, el papel de los medios en la formación de diferentes opiniones entre los grupos sociales, el impacto del soporte sistemático del grupo y su influencia en los comportamientos de sus miembros, y el desarrollo de los valores ajenos según las escalas dominantes.

Discourse & Society

www.sagepublications.com

(Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, vol. 16, núm. 2, marzo de 2005). Presenta artículos sobre los lectores de revistas masculinas según una aproximación etnográfica, la incidencia del sida y la homofobia en los colectivos gais, el discurso crítico en el conocimiento social a partir de textos mediáticos sobre negocios, las entrevistas entre empleados y clientes durante los procesos de reestructuración empresarial, y los discursos sobre representación de la identidad nacional en Japón.

The Journal of Advertising

www.bus.iastate.edu/joa/



(Armonk, NY: M.E. Sharpe Inc. / American Academy of Advertising, vol. 33, núm. 4, invierno de 2004). Cuenta con artículos sobre cómo y cuándo influyen los anuncios en la memoria para el consumo, la influencia de los modelos étnicos en la publicidad neozelandesa, el conocimiento de los clientes por parte de los creativos publicitarios, los efectos de las fuentes cognitivas sobre las cualidades de las marcas, los modelos de soportes publicitarios australianos, la efectividad de la publicidad comparativa en Corea del Sur y EE.UU., y el crecimiento de los anuncios en Internet.

