América del Norte: efectos comunicativos del 11-S

Communication Research

http://online.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: Sage Publications, vol. 33, núm. 3, junio de 2006). Presenta artículos sobre la socialización cívica y el compromiso político de los jóvenes norteamericanos a través del sistema mediático, los efectos asociativos en la intolerancia social, los efectos de las presentaciones y ventas de los sitios web entre los potenciales consumidores, y las estrategias comunicativas institucionales ante la cobertura mediática en situaciones de crisis.

Discourse & Society

http://das.sagepub.com

(Thousand Oaks, CA: Sage Publications, vol. 17, núm. 3, junio de 2006). Analiza el empleo de las historias de vida como diagnóstico de adicciones en terapia de grupos, las intenciones comunicativas del presidente Bush en sus discursos a partir de los atentados del 11-S, la política de autocensura en los editoriales de la prensa de Hong Kong, la manipulación en el discurso, y la identificación de estrategias comunicativas en las autobiografías femeninas.

Hora de Cierre

www.sipiapa.org

Fundación Telefónica
Telefónica

(Miami: Sociedad Interamericana de Prensa, año 14, núm. 63, abril-junio de 2006). Estudia las dificultades por las que atraviesa la profesión periodística en México, la trayectoria económica de los grandes diarios norteamericanos, los procesos de selección de los buenos reporteros de prensa, las cualidades del periodismo de investigación, la proliferación de diarios hispanos en EEUU, y las posibilidades reales del ?papel electrónico?.

Human Communication Research

www.blackwellsynergy.com

(Washington DC: International Communication Association / Blakwell Publishing, vol. 32, núm. 2, abril de 2006). Se ocupa de analizar las estructuras intra-afectivas en la identificación con los partidos políticos, el marco de las actitudes y ansiedad en la percepción del riesgo, los efectos del capital social entre blancos y negros a través de los medios de comunicación, y las diferencias entre minorías, mayorías y unanimidad en la comunicación grupal.

The Journal of Advertising

www.mesharpe.com

(Armonk, NY: M.E. Sharpe Inc. / American Academy of Advertising, vol. 35, núm. 1, primavera de 2006). Estudia los efectos del emplazamiento de productos de consumo en comedias de situación, la influencia de la publicidad televisiva sobre la infancia, la relación entre actitudes, creencias y afectos ante los anuncios publicitarios, las respuestas de los consumidores ante seis formatos publicitarios en línea, y la vida de los varones negros norteamericanos en los contenidos publicitarios.

Journal of Communication

www.blackwellsynergy.com

(Washington, DC: International Communication Association / Blackwell Publishing, vol. 56, núm. 2, junio de 2006). Investiga los efectos y los mecanismos de los dramas televisivos como soporte para controversias políticas públicas, las posibilidades de contagio de suicidio en las informaciones periodísticas, las respuestas expresivas ante noticias sobre grupos extremistas, los estereotipos presentes en las noticias mediáticas, y la influencia de los conservadores religiosos en los discursos presidenciales de Bush.

Fundación Telefónica
Telefónica

Journal of Mass Media Ethics

www.jmme.org

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates / University of South Florida, vol. 20, núm. 4, 2005). Monográfico dedicado al análisis de la ética en las relaciones públicas, incluye artículos sobre las debilidades de los mensajes en los casos de crisis de *Tylenol* y *Exxon Valdez*, la guerra de la propaganda contra el terrorismo a partir de los atentados del 11-S, la débil frontera entre la virtud y el vicio, el desarrollo moral y la ética de las relaciones públicas, y el universalismo versus el relativismo en las relaciones públicas.

Journal of Public Relations Research

www.erlbaum.com

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates / AEJMC, vol. 18, núm. 2, 2006). Monográfico dedicado a analizar los retos futuros y las interacciones entre las relaciones públicas y la gestión comunicativa, cuenta con artículos sobre las nuevas direcciones en la investigación sobre relaciones públicas, el papel de la mujer como profesional de las relaciones públicas, la construcción teórica en un sistema de análisis abierto, y la función de las relaciones públicas en una gestión estratégica.

Public Opinion Quarterly

www.aapor.org

(Evanston, IL: American Association for Public Opinion Research, vol. 70, núm. 1, primavera de 2006). Analiza el papel de la *web* Question Understanding Aid (QUAID) en el suministro de informaciones clave sobre las consecuencias del sida, las medidas políticas trascendentales adoptadas por Franklin D. Roosevelt durante la II Guerra Mundial, el macropartidismo en California, y el estudio comparativo entre la naturaleza y los efectos de las guerras de Vietnam e Irak.

Television & New Media

http://online.sagepub.com

Fundación Telefónica
Telefónica

(Thousand Oaks, CA: Sage Publications, vol. 7, núm. 2, mayo de 2006). Estudia las prácticas mercantiles sobre las marcas y los modelos migratorios de los lemas industriales, los estudios culturales británicos y la narración de la ?injusticia? en sus propios medios, las perspectivas global y local en la televisión de Vancouver, y el papel de los *gais* en la programación televisiva de los noventa.

Fundación Telefónica
Telefónica