América del Norte: nuevos estudios sobre comunicación y salud

Canadian Journal of Communication

www.cjc-online.ca

(Vancouver: Canadian Journal of Communication Corporation, vol. 32, No. 3, 2007). Monográfico centrado en Comunicación y Salud, este número incluye los resultados de numerosas estudios sobre esta temática. Entre otros, se ofrecen artículos sobre las necesidades de las mujeres bisexuales para la prevención de enfermedades como el sida, las campañas gubernamentales y del sector farmacéutico en relación con los problemas de depresión, los modelos de comunicación de los médicos y la satisfacción de los pacientes, y las investigaciones sobre obesidad en la prensa canadiense.

Communication theory

www.blackwellpublishing.com/ct

(Washington, DC: Internacional Communication Association / Oxford University Press, vol. 18, No. 1, febrero de 2008). Número dedicado a la teoría del diálogo, en el que se ofrecen, entre otros, artículos sobre la democracia deliberativa y la charla política diaria informal como una acción comunicativa y de diálogo, las implicaciones de las ideas sobre comunicación de Sören Kierkegaard, las historias personales como motor de diálogo en las conversaciones deliberativas, el ?diálogo accidental?, el diálogo sobre la raza en EEUU, y las prácticas comunicativas en los regímenes autoritarios.

Health Communication

Fundación Telefónica
Telefónica

www.erlbaum.com

(Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, vol. 23, No. 1, 2008). Estudia, entre otros aspectos, el papel de las comunidades virtuales para la comunicación entre enfermos de cáncer, los motivos por los que muchas personas son reacias a donar sus órganos, las visitas médicas ?a domicilio? a través de Internet, la comunicación entre médico y paciente mediante el uso del correo electrónico, y la teoría del comportamiento planificado en las donaciones de cornea.

Newspaper Research Journal

www.newspaperresearchjournal.org

(Columbia, SC: Association for Education in Journalism and Mass Communication / University of Memphis, vol. 28, No. 3, otoño de 2007). Analiza la influencia de las fuentes anónimas en la credibilidad de la información, la rutina de los correctores de prensa y el descontento de éstos con su empleo, el abandono de la profesión periodística por parte de las mujeres que buscan mejorar su sueldo y sus condiciones de trabajo, y las diferencias en la cobertura de la guerra de Irak entre los periódicos estadounidenses y los alemanes.

The Journal of Advertising

http://www.mesharpe.com/

(Armonk, NY: M.E. Sharpe Inc. / American Academy of Advertising, vol. 36, No. 4, invierno de 2007). Cuenta con artículos sobre la respuesta de los consumidores ante las campañas de *Marketing con Causa*, nuevos métodos para conocer mejor el perfil consumista de las audiencias televisivas, cómo la publicidad radiofónica puede generar imágenes auditivas y éstas influyen en la actitud del consumidor, la viabilidad de la publicidad a través de los teléfonos móviles (*wireless advertising messages-WAM*), los efectos de los diferentes niveles de patrocinio, y la notoriedad y el recuerdo del *product-placement* en los juegos *on line*.

Fundación Telefónica
Telefónica