

Artículos de Investigación (Research Papers)

Buenos y malos personajes. Una diferencia poética antes que ética **Good and Bad Characters: A Poetic Difference**

Carmen Sofía Brenes

RESUMEN: Este artículo reflexiona sobre la noción de bondad y su contrario, referida a los personajes de un mundo de ficción. El estudio se hace desde una perspectiva humanista y tiene en cuenta la propuesta poética de Juan José García-Noblejas (1982) y Paul Ricoeur (1987). Se propone que un personaje es bueno en la medida en que sirve al mundo de ficción en el que está, mientras que el mundo de ficción lo es en tanto que es capaz de "hacer justicia" a la vida humana que representa.

Palabras Clave: personajes, poética, guión, Aristóteles, García-Noblejas.

ABSTRACT: This article reflects on the notion of good and bad characters in a fictional world. The study is done from a humanistic perspective and considers the poetic proposal of Juan José García-Noblejas (1982) and Paul Ricoeur (1987). The paper suggests that a character is good as long as it serves the world of fiction in which it is, whereas the world of fiction is good - in the sense of complete - insofar as it is able to "do justice" to the part of human life it represents

Key words: characters, poetics, screenwriting, Aristotle, García-Noblejas.

Fotografía y Arte: Encuentros y Desencuentros **Encounters and evades between art and photography**

Jorge Latorre

ABSTRACT: A partir de un recorrido por la historia de la fotografía en relación con las artes, y un análisis de los hitos historiográficos sobre el tema del arte fotográfico, este artículo propone algunas cuestiones claves que diferencian la fotografía de la pintura, y la hacen especialmente idónea para la expresión artística en nuestro tiempo. La propuesta implícita es que no importa tanto el debate sobre si la fotografía es arte o sobre qué tipo de fotografía es artística y qué otro tipo no lo es, como analizar el hecho mismo de lo fotográfico en el panorama artístico occidental, y las enormes consecuencias que ha tenido y sigue teniendo para la reflexión sobre la creatividad humana en relación con la realidad de nuestro tiempo.

Key words: Fotografía, arte, comunicación visual, géneros fotográficos, realidad y simulacro.

RESUMEN: Through a rundown of the history of photography in relation to the arts, and an analysis of the historiographical milestones of photographic art, this article proposes some important questions about the differences between photography and paintings, which makes it especially suitable for the artistic expression of our time. The underlining proposal is that the debate about photography as art -or what time of photography is artistic and what other kind is not- is not important, but instead it has to be considered the analysis of

photography in the occidental artistic panorama, and the enormous consequences that it has had and continues to have on the reflection about creativity and the reality of our time.

Palabras clave: Photography, the arts, visual communication, photographic genres, reality and simulacrum.

An Expanded Perspective on Agenda-Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting

Una extensión de la perspectiva de los efectos de la Agenda Setting. Explorando el tercer nivel de la Agenda setting

Lei Guo, Hong Tien Vu, & Maxwell McCombs

RESUMEN: Agenda-setting has evolved from a focus on media effects on the public's perception of the most important issues of the day to a theory elaborating a hierarchy of communication effects. Its core is three levels of agenda-setting. The initial two levels were introduced during the first decade of research. Level three is recent. Evidence from the initial studies on this expanded view of agenda setting supports the Network Agenda Setting Model. This theoretical model asserts that the news media can bundle sets of objects or attributes and make these bundles of elements salient in the public's mind simultaneously.

Palabras clave: Agenda-setting, Attribute agenda-setting, Salience.

ABSTRACT: Los estudios sobre Agenda-Setting se extienden desde los efectos de los medios en la percepción de la opinión pública, sobre cuáles son los temas de mayor importancia en el día-a-día, hasta la elaboración más compleja de unos efectos jerárquicos de comunicación. Se distinguen tres niveles de Agenda-Setting. Los dos niveles iniciales germinaron durante la primera década de investigaciones. El tercer nivel es más reciente. Existe una evidencia académica que propone un Modelo de Red de Agenda-Setting. Este modelo teórico indica que los medios digitales pueden englobar una serie de objetos o atributos e influir de forma simultánea en la audiencia.

Key words: Estableciendo la agenda / Agenda-setting, agenda de atributos, relevancia.

Memoria y arquitectura de la información en los cibermedios de España y Brasil.

Casos de Elpais.com, 20minutos.es, O Globo.com.br y diario.com.br (Diario Catarinense)

Memory and Information Architecture in online journals in Spain and Brazil

Cases of Elpais.com, 20minutos.es, O Globo.com.br and diario.com.br (Diario Catarinense)

Xosé Pereira, Elías Machado, Suzana Barbosa, Teresa de la Hera, Carlos Toural, Diego Acássio Beal

RESUMEN: La gestión de la memoria y la arquitectura de la información provocan una de las revoluciones más importantes en los cibermedios. En este contexto, se presentan los resultados de un proyecto que estudia los modos de gestionar la información, la convergencia y la memoria en cuatro casos representativos de medios de comunicación de España y Brasil. La investigación, siguiendo la metodología de análisis de contenido, observación y entrevistas en profundidad, demuestra la importancia de una correcta gestión y recuperación de los datos en todas las etapas del proceso periodístico: documentación, producción, recuperación, circulación y consumo.

Palabras clave: Arquitectura de la información, ciberperiodismo, bases de datos, interactividad, periodismo de datos.

ABSTRACT: The management of the information via databases is one of the big innovations since the arrival of the computer science and telecommunications to the journalism. In this paper, we present the results of a project which studies ways of managing information and memory in four representative cases of media in Spain and Brazil. This research uses content analysis, observation and interviews as methodological tools and shows the importance of a correct management and recovery of the data at every stage of the journalistic process: documentation, production, recovery, circulation and consumption.

Key words: Information architecture, online journalism, data mining, interactivity, data journalism.

Las reacciones emocionales de la audiencia ante las ficciones audiovisuales. Aproximaciones teóricas y cuestiones metodológicas implicadas

Emotional response to audiovisual fictions. Theoretical and methodological approaches

José Javier Sánchez Aranda

RESUMEN: Para comprender los actuales estudios acerca de la recepción de productos audiovisuales se han empleado los conceptos de respuesta emocional e identificación para explicar cómo se producen unos determinados efectos. En el artículo se muestran las diferentes corrientes teóricas que se han ocupado de este tema y se recogen las conclusiones de varios estudios empíricos, que ayudan a comprender las especiales dificultades metodológicas que se plantean.

Palabras clave: Estudios de Audiencias, Respuesta emocional a las ficciones audiovisuales, Identificación, Métodos de investigación en Comunicación.

ABSTRACT: The concepts of Emotional response to films and Identification remain a commonly called upon resource for considering how media audiences might be influenced into taking up moral and cultural positions. This article shows different theoretical approaches for studying this topic and it provides the findings of empirical investigations conducted in the past years. Methodological questions arise during the surveys could be indicative of the problems in this specific area of Communication Studies.

Key words: audiences, emotional response to films, identification, research methods in Communication.

Modelos de negocio y estrategia editorial: el caso del wsj.com

Business models and editorial strategy: the case on the wsj.com

Alfonso Vara Miguel, Carolina Díaz Espina

RESUMEN: La investigación sobre modelos de negocios en la industria de la comunicación se ha caracterizado por un elevado grado de experimentación y la ausencia de respuestas unívocas al problema de la rentabilidad de los contenidos digitales. En este escenario, The Wall Street Journal suele ser mencionado como un referente del modelo de suscripción. Este artículo demuestra empíricamente que el modelo del diario económico más prestigioso del mundo ofrece un modelo híbrido en el que los contenidos gratuitos representan el 73% del total publicado en la portada del wsj.com y analiza cuáles son las características comunes que suelen compartir aquellos contenidos de pago frente a las compartidas por los contenidos gratuitos.

Palabras clave: Modelos de negocio, periodismo económico, The Wall Street Journal, modelo de pago.

ABSTRACT: The current research on media business models is characterized by a very high grade of experimentation and the absence of unique answers to the monetization of digital contents. In this landscape, the model of The Wall Street Journal tends to be mentioned as a reference of subscription's model. This paper shows how the most prestigious financial newspaper of the world relies on an hybrid model in which the free content represents the 73% of the whole content included in his website. Furthermore, this paper examines the main traits of the news put behind the daily's paywall, in contrast to the main characteristics of free content.

Key words: Business model, financial journalism, The Wall Street Journal, subscription model.

Artículos de Divulgación (Working Papers)

The rise of free daily newspapers in Latin America

El crecimiento de la prensa diaria gratuita en América Latina

Piet Bakker

RESUMEN: Whereas most continents see circulation of newspapers drop, Latin America is one of the few areas in the world with rising newspaper circulation. A substantial part of this rise is caused by the introduction of free newspapers in a dozen countries on the continent. We map this development, discuss possible reasons for the rapid growth and try to answer whether this introduction has substitution effects on paid newspapers. The growth of this new format is most probably caused by economic growth while we conclude that substitution is low, meaning that free dailies serve a new reading audience in Latin America.

Palabras Clave: free newspapers, media substitution, newspapers, Latin America, business models.

ABSTRACT: Considerando que la mayoría de los continentes ve la caída de la circulación de los periódicos, América Latina es una de las pocas áreas del mundo, con un crecimiento de la circulación de periódicos. Una parte sustancial de este aumento se debe a la introducción de la prensa gratuita en una docena de países del continente. Tenemos un mapa de este desarrollo, se discute las posibles razones para el rápido crecimiento y se trata de responder si esta introducción tiene efectos de sustitución de los periódicos de pago. Lo más probable es que el crecimiento de este nuevo formato sea causado por el crecimiento económico, mientras que nosotros llegamos a la conclusión de que la sustitución es baja, lo que significa que los diarios gratuitos sirven a una nueva audiencia lectora en América Latina.

Key words: prensa gratuita, la sustitución de medios de comunicación, periódicos, América Latina, modelos de negocio.

Cartografía social. Un mapa de los programas periodísticos de investigación en Argentina.

Social Cartography. A map of journalistic research programs in Argentina

Carolina Justo von Lurzer

RESUMEN: En este trabajo, nos proponemos desarrollar el vínculo particular que los programas periodísticos de investigación establecen con lo real representado a partir de dos modalidades que identificamos como compromiso-(denuncia) y (vigilancia)-protección. Estos vínculos se establecen a partir de la caracterización de una cartografía social cuyos límites se configuran en relación con ciertos sujetos, espacios y prácticas: aquellos

ubicados en los márgenes y en conflicto con la ley o las normas sociales. Reflexionamos también en torno a las funciones que estas operaciones construyen para la televisión como medio: vigilar el entorno y modelizar sujetos y prácticas.

Palabras clave: televisión, periodismo de investigación, realismo.

ABSTRACT: The present work aims at developing the particular link that journalistic research programs establish with the reality represented with two modalities as starting points: commitment (complaint) and (surveillance) protection. These links are established from the characterization of a social cartography whose limits are framed in the relationship with certain subjects, spaces, and practices: those located on the margins and the conflict with law or social norms. A reflection on the functions which these operations build for television as a means: surveillance of context and modeling subjects and practices is also provided.

Key words: television, research journalism, realism.

La formación de los periodistas para los entornos digitales actuales

The education of journalists to present digital environments

Xosé López García

RESUMEN: La red internet ha revolucionado los medios y el periodismo desde 1995. En los últimos años, gracias a la popularización de las nuevas tecnologías, se ha producido un cambio sustancial en la relación de los lectores/usuarios con los medios de comunicación, pasando de su tradicional rol pasivo a adquirir un papel protagonista, de igual a igual. Estas transformaciones las han tenido en cuenta los responsables de la planificación de la formación de los periodistas, que en el ámbito ibérico vive importantes cambios de la mano del marco normativo que regula la adaptación de la enseñanza superior española al espacio europeo.

Palabras Clave: comunicación; periodismo; profesionales, formación.

ABSTRACT: Internet has revolutionized the media and journalism since 1995. In in the last years, thanks to the popularization of new technologies, there has been a substantial change in the relationship of readers / users with the media. They have changed their traditional passive role to a protagonist attitude peer to peer. These transformations have been considered by the planners the education of journalists, that she lives important changes in the Iberian field, due to the new framework that regulates the adaptation of Spanish higher education to the European.

Key words: communication, journalism, professional, education.

Women and politics: The privacy without Necktie

Mujeres y política: La privacidad sin corbata

Alberto Pedro López-Hermida Russo y María Fernanda Cerda Diez

RESUMEN: The arrival of Michelle Bachelet at the Chilean government did not simply mean that a South American country had its first female president; it also brought a new way of doing politics and, for the media, a new way of approaching the highest national authority. The TV electoral campaign, as well as the press coverage of her presidential activities, brought the exploration of an almost unknown world in the public sphere: personal life of Bachelet. This paper will analyze the evidence found in her electoral spots and in the media, that will allow tackling the object of study and understand the role of the gender in the degree and nature of exposure of the private lives of politicians.

Palabras Clave: Politics, gender, Michelle Bachelet, electoral campaign, private life.

ABSTRACT: La llegada de Michelle Bachelet al gobierno de Chile no solo le significó ser la primera presidenta electa en un país Sudamericano, sino que además trajo una nueva forma de hacer política y, para los medios de comunicación, una nueva manera de acercarse a la máxima autoridad nacional. La campaña electoral televisiva, así como la cobertura mediática de sus actividades como presidenta, implicó la exploración de un mundo hasta entonces casi desconocido para el ámbito público: la vida personal de Bachelet. Este documento analizará la evidencia encontrada tanto en sus spots electorales como en la cobertura mediática. Esto permitirá abordar el objeto de estudio y, a su vez, entender la importancia del rol del género en el grado y la naturaleza de exposición de la vida privada de los políticos.

Key words: Política, género, Michelle Bachelet, campaña electoral, vida privada.

Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión

The Fundamentals of Institutional Communications: an historical and conceptual approach of the profession

Rolando Rodrich Portugal

RESUMEN: El siguiente artículo presenta una aproximación histórica de la Comunicación Institucional, con el fin de desarrollar perspectivas sobre sus funciones en la organización, puntos fuertes, débiles y, sobre todo, para comprender plenamente el lugar de su función y finalidad social. A tal fin, se presta atención al estudio conceptual de la Comunicación Institucional. El conocimiento y la investigación académica sobre esta disciplina es también reflejo de una profesión reforzada por la diversidad de ámbitos de gestión que fomenta y su permanente desarrollo e innovación, generando que los profesionales necesiten estar al día, conocer qué sucede en otros mercados y países, y estudiar los principales avances teóricos que ofrecen perspectivas y promueven la calidad.

Palabras Clave: Comunicación Institucional, Historia, Relaciones Públicas, Marketing, Publicidad.

ABSTRACT: The following paper presents an historical approach of the Corporate Communications origins, to develop perspectives on their roles in the organization, strengths, weaknesses and, above all, to fully understand the role and place of its social purpose. To this end, the focus is on the concept study of the Corporate Communication. The knowledge and academic research on the discipline is also a reflection of a profession enhanced by the diversity of management areas and encouraging their continued development and innovation, generating that professionals need to keep up, know what happens in other markets and countries, and study the main theoretical advances that offer perspectives and promote quality.

Key words: Institutional Communication, History, Public Relations, Marketing, Advertising.

La cultura de formación y la formulación de objetivos como elemento clave para la competitividad

The culture of training and the formulation of objectives as a key for the competitiveness

Lelia Zapata Palacios

RESUMEN: Sin duda, los países mas formados son potencialmente más competitivos y

prósperos. Este artículo tiene como objetivo destacar que frente a un entorno cambiante e imprevisible la formación debe plantearse como un compromiso imprescindible que favorece la actualización permanente y la adaptación al entorno, siendo necesario crear una cultura de formación. Así también, resalta la necesidad de cuidar la formulación de los objetivos formativos que deben ser concretos, medibles y evaluables. Estos objetivos son únicos para cada empresa, y cada organización deberá concretar sus dificultades para corregirlas con la formación. Así, la formación será la vía para alcanzar al aprendizaje.

Palabras Clave: Formación, competitividad, objetivos, cultura de formación, cambio.

ABSTRACT: Certainly the countries more trained are potentially more competitive and prosperous. This article has as aim emphasizes that opposite to a changeable and unpredictable environment training must appear as a commitment. Training favors the permanent update and the adjustment to the environment, being necessary to create a learning culture. So also, it highlights the need to take care of the formulation of the formative aims. These aims are only for every company, and every organization will have to make concrete his difficulties to correct them with the training. Thus, training is the route to learning.

Key words: Training, competitiveness, goals, training culture, changeo.