

RAZÓN Y PALABRA

ISSN 1605-4806

Primera Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología

Números especiales

Acercas de R y P

Convocatoria

Política editorial

Podcast

Números anteriores

Directorio

Flickr

Acercas de este número

Búsqueda

En memoria Carlos Maya Obé



Disertación magistral de
Doctorado de Manuel
Martín Serrano

La estructura de la narración
icónica en la televisión

VERSIÓN EN CASTELLANO
VERSIÓN EN FRANCÉS

PRESENTACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL DE MANUEL MARTÍN
SERRANO
Por Rafael Serrano Partida

Semiótica y Comunicología

NÚMERO 72
MAYO-JULIO
COORDINACIÓN: CARLOS VIDALES

PRESENTACIÓN

SEMIÓTICA Y COMUNICOLÓGIA: HISTORIAS Y PROPUESTAS DE UNA
MIRADA CIENTÍFICA EN CONSTRUCCIÓN

El antropocentrismo comunicativo no ha impedido el desarrollo de los estudios evolutivos referidos a la comunicación; sólo los ha desaprovechado para la creación teórica. [...] No tiene sentido que la Teoría de la Comunicación siga reproduciendo cortes artificiosos. El análisis de la información disponible permite emprender una tarea tan compleja como inaplazable: construir el marco teórico que necesitan los estudios de la comunicación para estar donde están las ciencias.
Manuel Martín Serrano (2007:XVII)

Cerca de una década después de que comenzara en México el programa de investigación que ponía al centro la posibilidad de la construcción de una ciencia de la comunicación y que heredaba por lo menos tres décadas de investigación sobre el tema, el escenario ha cambiado significativamente, y un elemento clave en este cambio es la emergencia de un diálogo interdisciplinar que se desarrolla en el espacio nacional e internacional de discusión científica. En México, el Grupo Hacia una Comunicología posible (GUCOM) planteaba desde una década atrás el proyecto de una Comunicología, mientras en Estados Unidos Richard Lanigan proponía a la Communicology como un nuevo espacio reflexivo casi dos décadas atrás. Si bien cada

SHARE

México, Octubre 10, 2012

World Internet Project-México



Estudio 2010 de
Hábitos y Percepciones
de los Mexicanos sobre
Internet y Diversas
Tecnologías Asociadas

Contacto: fgutierr@itesm.mx

COMUNICACIÓN Estratégica



Juego de Ojos

"Los reporteros" (3 de 3)

"Los reporteros" (2 de 3)

"Los reporteros" (1 de 3)

Miguel Angel Sánchez de Armas (México)

Cine y Libros

"Quisiera hablar de... Alejandro Amenábar y
Agora"

Susana Arroyo-Furphy (Australia)

Comunicarte

TERREMOTO EN CHILE. UN SOLO SONIDO:
GIME MADRE TIERRA

"Identidad digital: el derecho a proteger su
información y conservar su privacidad."
Marisa Avogadro (Argentina)

perspectiva es diferente en su trabajo genealógico, en su propia visión de lo que una ciencia general de la comunicación debe contener, en los límites epistemológicos y ontológicos de lo que supone la comunicación y, sobre todo, del lugar que una Comunicología ocupa en el diálogo contemporáneo de las ciencias, lo importante a resaltar es el movimiento posterior que ha implicado por primera vez un diálogo internacional que ha puesto al concepto y al tema en algunos de los foros internacionales más importantes.

[Leer presentación completa](#)

LA COMUNICOLOGÍA Y SU ESPACIO DE POSIBILIDAD. APUNTES HACIA UNA PROPUESTA GENERAL

Jesús Galindo Cáceres

El texto está construido en cuatro partes. En la primera se presenta un esquema general de la pregunta por la comunicación configurada por el trabajo del GUCOM, Grupo hacia una Comunicología posible a lo largo del ciclo de trabajo de casi toda la primera década del siglo veintiuno. La configuración se presenta dentro de las relaciones entre Cosmología, Ontología y Epistemología de la Comunicación. La segunda parte presenta en forma sintética el trabajo desarrollado por el grupo en su segundo gran proyecto colectivo, el de una historiografía de la ciencia oficial de la comunicación. El esquema general es el de las nueve fuentes científicas históricas (la Sociología Funcionalista, la Sociología Cultural, la Sociología Fenomenológica, la Sociología Crítica, la Psicología Social, la Economía Política, la Lingüística, la Semiótica y la Cibernética), y las cuatro epistemologías generales básicas (el positivismo, la dialéctica, la hermenéutica y la sistémica). La tercera parte presenta la propuesta sintética de una Comunicología general desde una perspectiva sistémica constructivista, es la propuesta personal construida a partir del diálogo entre los compañeros del proyecto GUCOM. El centro de la propuesta es la figura de los sistemas de Información y los sistemas de comunicación, las cinco dimensiones generales comunicológicas (la expresión, la interacción, la difusión, la estructuración y la observación), y las preguntas sobre el tiempo y el espacio en el fenómeno de la comunicación. La cuarta y última parte es un apunte bibliográfico general.

SEMIÓTICA Y FENOMENOLOGÍA SOCIAL. APUNTES INICIALES PARA UN DIÁLOGO DESDE LA PROPUESTA DE LA COMUNICOLOGÍA POSIBLE

Marta Rizo García

La Semiótica y la Fenomenología Social son dos de las llamadas Fuentes Científicas Históricas de la Comunicología. Desde la óptica de la Filosofía de la Ciencia y la Epistemología, este ensayo tiene como objetivo principal explorar las relaciones entre ambas fuentes para la construcción de una Ciencia General de la Comunicación. La Fenomenología Social permite construir conocimiento acerca del mundo de la vida cotidiana, un mundo donde la comunicación se materializa en relaciones interpersonales. Por su parte, la Semiótica ofrece una aproximación a la comunicación desde una lógica de representación formal extrema. ¿Son compatibles ambas miradas sobre el fenómeno "comunicación"? ¿Hasta qué punto estos dos extremos pueden construir una disciplina como la Comunicología? El sustento teórico proviene de la propuesta del Grupo hacia una Comunicología Posible, que ha trabajado desde dos frentes: la revisión de las fuentes científicas que han contribuido históricamente a la construcción del pensamiento sobre la comunicación; y la construcción de una propuesta de Ciencia General de la Comunicación, desde un punto de vista sistémico. Este texto retoma ambos frentes de trabajo: por un lado reconoce las aportaciones de la Semiótica y la Fenomenología Social al pensamiento comunicacional; y por el otro, plantea la posibilidad del diálogo entre ambas fuentes para la construcción de una Ciencia de la Comunicación. Dada la naturaleza exploratoria del trabajo, no se llega a conclusiones cerradas, sino más bien al establecimiento de algunos elementos que permitan continuar el debate en torno al papel de la Semiótica y la Fenomenología Social en la labor de construcción de la Comunicación como disciplina.

SEMIÓTICA Y TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN: UNA PROPUESTA DE UN PUNTO DE VISTA COMUNICOLÓGICO

Carlos Vidales G.

El presente artículo sintetiza cerca de una década de trabajo y reflexión sobre la relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación de la cual deviene ahora una primera propuesta de integración conceptual que toma como base los desarrollos recientes de la Biosemiótica y la Teoría de la Comunicación de Manuel Martín Serrano. Por lo tanto, el artículo se encuentra organizado en dos secciones. En la primera de ellas se recupera parte de la historia de la construcción del punto de vista semiótico, algunos elementos centrales de la propuesta semiótica al tiempo que se propone un primer esquema de trabajo que funciona a la vez como una primera hipótesis de integración entre las propuestas semióticas recuperadas y la teoría de la comunicación. Finalmente, en la segunda sección se explora a detalle cada uno de los elementos que integran la propuesta así como una breve descripción de las relaciones que se establecen entre cada uno de ellos. Es importante mencionar que lo que el modelo describe es un punto de vista particular, un punto de vista comunicológico.

DE LA SEMIÓTICA A LA CIBERNÉTICA: UNA ESTRATEGIA PARA MODELAR SISTÉMICAMENTE EL SENTIDO

José A. Amozurrutia

Territorios
"El lenguaje del viento"
Paloma Gil (España)

Telecom y Sociedad
"De incongruencias y cosas peores"
Clara Alvarez (México)

InMediata
"Monsiváis, final y comienzo"
Leonardo Peralta C. (México)

Coordenadas Móviles
"The wireless age: las novedades un poquito viejas"
Dorismilda Flores Márquez (México)

System Failure
"Todos compiten a opacarse"
Hiroshi Takahashi

En-Sueño Publicitario
"Fútbol: socialización primaria"
Enriqueta Rivera (México)

Afiche
"La Prueba de Ortografía (II)"
"La Prueba de Ortografía (III)"
Diego Juárez (México)

psyber@links
"Los ojos del mundo en el Plan Ceibal"
Roberto Balaguer Prestes (Uruguay)

Telecom y Medios
"Presupuesto 2010, medios públicos y radio digital"
Gabriel Sosa Plata (México)

@ Común
"Diseñador y avance tecnológico"
Javier Carlo (México)

Proyecto Internet
"El desperdicio de la *Política* -2.0"
Octavio Islas (México)

NUESTROS
LIBROS

El propósito de este artículo es describir una estrategia para modelar sistemáticamente el sentido en un texto asociado a un contexto. La estrategia parte de la concepción triádica propuesta por Peirce para la configuración de significados y de su ensamble para constituir cadenas de significados que determinan la orientación del sentido. A partir de este modelo proponemos su vinculación con la Epistemología Genética propuesta por Piaget y de ella establecemos analogías con la cibernética de primero y segundo orden para construir un sistema adaptativo. Con estos elementos conceptuales la estrategia concluye con la definición de los elementos y relaciones para modelar un sistema de cómputo que se propone debe ser considerado como herramienta fundamental para potenciar la reflexividad del equipo de investigación interdisciplinaria que analiza el texto. El paso de la semiótica a la cibernética lo derivo estableciendo analogías conceptuales entre las disciplinas consideradas y lo describo mediante diagramas que ilustran y complementan las correspondencias entre ellas y la conformación del sistema de cómputo. El resultado final deriva en un conjunto de esquemas conceptuales que sintetizan la metodología propuesta y el modelo del proceso de semiosis con base en un lenguaje cibernético, así como los principales componentes del sistema de cómputo. Finalmente reflexiono sobre la naturaleza de las actividades de carácter interdisciplinario que enfrenta lo complejo en el análisis de un texto y que debe llevar a cabo el equipo de investigación dentro de la estrategia propuesta.

COMUNICOLOGÍA GENERAL: COSMOLOGÍA, EPISTEMOLOGÍA Y ONTOLOGÍA COMUNICOLÓGICAS

Roberto Aguirre Fernández de Lara

El objetivo de este texto es discutir acerca del soporte conceptual de la propuesta de una Comunicología. Primero, se expone la Comunicología Histórica como resultado de la revisión documental realizada por el Grupo Hacia una Comunicología Posible (GUCOM) (Galindo, 2004, 2007; Galindo et al, 2008). Segundo, el documento expone una distinción entre Cosmología, Epistemología y Ontología, las cuales son identificadas con una perspectiva cibernética, evolutiva y semiótica, respectivamente. Tercero, se discuten dos variedades de alcance ontológico con diferentes alcances. En una conclusión general, las tres perspectivas mencionadas ayudarían a alcanzar un planteamiento comunicológico el cual resultaría una averiguación capaz de reconocer el fondo conceptual de cada una de sus fuentes históricas y emergentes y a la vez alcanzar una axiomática metateórica. La Comunicología reside en la verificación de un tipo de interrelación entre entidades especie-específicos al mismo y a diferentes órdenes.

COMUNICACIÓN Y SENTIDO DESDE UN PUNTO DE VISTA CIBERNÉTICO

Gabriel Vélez Cuartas

Este artículo pretende problematizar de manera breve la relación entre sentido y comunicación desde la cibernética clásica de primer orden. Se parte de plantear que los estudios cibernéticos clásicos al confundir comunicación con interacción generan una paradoja: el sentido como proceso subjetivo que se objetiva, pero que sólo puede ser entendido subjetivamente a partir de la interacción entre un emisor y un receptor en situación. La cibernética de segundo orden, al integrar algunos conceptos cognitivos y desplazar el concepto de observador desde el emisor o receptor al procesamiento mismo de la información como operación, permite resolver esta paradoja teóricamente.

COMMUNICOLOGY: APPROACHING THE DISCIPLINE'S CENTENNIAL

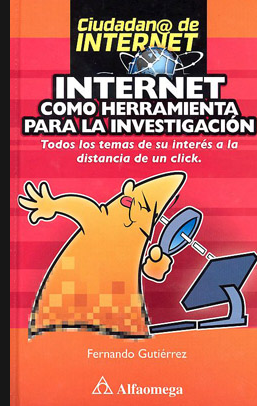
Richard L. Lanigan

Communicology is the science of human communication. The essay tracts the nearly one hundred year development of the concept of communicology into a formal discipline in the human sciences. The chronology of publications begins in the 1920s with the phenomenologist Edmund Husserl and develops up through 2010 with current publications specifying the application of theory and practice in such area as intrapersonal, interpersonal, group, and cultural communicology throughout the world. A focus of this disciplinary development is the foundation in 2000 of the International Communicology Institute.

LA INGENIERÍA COMUNICOLÓGICA Y LA COMUNICOLOGÍA. APUNTE HACIA UN DIAGNÓSTICO TEÓRICO SOBRE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y LOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN DESDE UN DIÁLOGO ENTRE LA SEMIÓTICA LÓGICA Y LA TERMODINÁMICA ECOLÓGICA

Jesús Galindo Cáceres

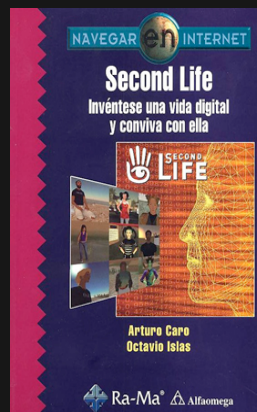
El programa de trabajo de construcción de una ciencia general de la comunicación, Hacia una Comunicología posible, se desarrolló del año 2001 al 2008, en el hubo tres etapas generales de trabajo de investigación, la bibliográfica, la historiográfica y la epistemológica. A partir del año 2009 el programa se desdobra en otro que tiene antecedentes desde los años ochenta, la propuesta de una Ingeniería social, ahora bajo el impulso teórico de la comunicación social, la Ingeniería Comunicológica. El punto donde dejó la propuesta teórica general el programa Hacia una Comunicología posible está configurado en dos conceptos centrales, el de sistema de información y el de sistema de comunicación. La idea general para este texto es que la Semiótica lógica tiene elementos que aportar en la construcción y desarrollo de esos dos conceptos. Por otra parte la Ingeniería Comunicológica necesita una dimensión dinámica que la Semiótica no tiene del todo desarrollada en su versión lógica general.



contacto: fgutierr@itesm.mx



contacto: amaya.arribas@itesm.mx



contacto: octavio.islas@itesm.mx

Esa dimensión está siendo construida en el nuevo proyecto en diálogo con la Termodinámica ecológica y su lectura teórica del flujo energético a través de su concepto de la reducción de gradiente. Así que aquí lo que se presenta es un apunte de propuesta sintética del diálogo entre la Semiótica lógica y la Termodinámica ecológica, en la construcción teórica de la Comunicología social, en la perspectiva constructiva de una Ingeniería Comunicológica de lo social.

AN EXAMINATION OF THE VALUE OF THE CONCEPT OF THE "SEMIOSPHERE" IN THE STUDY OF MASS COMMUNICATION: TESTING THE VALUE AND FEASIBILITY OF A PROPOSED RESEARCH PROJECT

Prof Pieter J Fourie

The article is based on a paper presented at the 10th World Congress of the International Association for Semiotic Studies in collaboration with the International Communicology Institute, La Coruña, Spain, 22-26 September 2009. The article is a preliminary treatment of an investigation of Yuri Lotman's concept of the "semiosphere" as a meta-theory for future semiotic media analysis. In consecutive parts the author deals with research questions, provides a brief introduction to media semiotics and gives a brief summary of some of the characteristics of the new (postmodern) society and the new media landscape brought about by the development of information and communication technology - all of which necessitates a reinterpretation of theory and semiotic analysis. The article briefly introduces the so-called postmodern paradigm in media research with reference to chaos and practice theory. The author outlines what, according to him, are some of the shortcomings of media semiotics. Finally he explores some of the characteristics of Lotman's semiosphere and suggests ways of how it could be applied to media analysis.

SEMIÓTICA Y ARTE. EL PAPEL DE LA PRIMERIDAD EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN ESTÉTICA

Vivian Romeu

Este trabajo intenta reflexionar sobre el papel que juega la primeridad, como signo por excelencia presente en los procesos de comunicación estética. A partir de ello, se reflexionará sobre la semiótica desde su dimensión epistemológica, haciendo énfasis en la abducción como método de conocimiento para la comunicación estética en lo general y los procesos de recepción estética en lo particular. En ese sentido se inscribe dentro de las reflexiones generales sobre la semiótica, o lo que se conoce como semióticas generales. Las preguntas a las que responderemos en este artículo son ¿qué relación epistemológica guarda la semiótica con los procesos de comunicación estética? Y, ¿qué papel juega el signo de primeridad en la construcción y desarrollo de dichos procesos? Para ello partiremos de la exposición y desarrollo teórico de lo que denominamos comunicación estética, haciendo especial hincapié en los procesos de recepción estética para demostrar el rol cognitivo de dicha experiencia como forma concreta de experimentación de la comunicación estética. Posteriormente nos enfocaremos a la exposición del signo de primeridad, que es el primero de los signos que forman parte de una de las tricotomías sémicas de Charles Sanders Peirce (primeridad, segundidad, terceridad), misma que a su vez se inscribe como punto de partida de la teoría general de los signos de este filósofo. Esto nos servirá de base teórica-metodológica para demostrar la pertinencia del método abductivo en la comunicación estética, y a la comunicación estética como un tipo de comunicación "especial", cuyas características describiremos. Culminaremos con la explicitación de la relación primeridad-obra de arte, así como la relación recepción estética - comunicación estética, para posteriormente sintetizar la relación entre primeridad y comunicación estética que es lo que constituye el tema concreto de este trabajo.

NOUVEAU PLAIDOYER POUR UN MONDE MEILLEUR

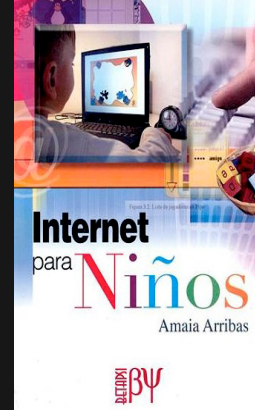
Jean-Claude MBARGA

L'interculturalité et l'humano-capitalisme, tels sont les concepts que je prône comme le fil conducteur des relations entre les hommes, toutes races confondues, en scandant haut et fort : pour un monde meilleur, races et continents du monde entier, unissez-vous ! Sinon, nous courons le risque de voir le monde détruit. A l'ère de la Globalisation, que je considère comme une intégration respectueuse dans un cadre respirable pour la diversité et la complexité, la recherche du bien de tous et de chacun doit être le fil conducteur du devenir humain. Pour que la mondialisation ou la Globalisation ait un sens, elle doit profiter à tous, et pour ce faire nous nous devons d'avoir un capitalisme à visage humain, tout en acceptant la diversité culturelle comme une réalité inévitable dans les relations humaines. En cette heureuse occasion où nous célébrons la communication de la culture et la culture de la communication comme vertus, et face à des élans exacerbés d'égoïsme et de darwinisme, la seule chose que nous pouvons partager de manière saine, c'est la culture dans sa diversité, qui est ce qui restera lorsque les citoyens du monde se seront déjà entretués pour la matière.

RETÓRICA, SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN. NOTA SOBRE LA IRONÍA Y EL APOCALIPSTICK DE CARLOS MONSIVÁIS

Tanius Karam Cárdenas

En este trabajo se presenta una reflexión de las relaciones entre retórica y semiótica a partir de la vida y obra del escritor y periodista mexicano Carlos Monsiváis. Para ello, tras la reflexión en la primera parte de las relaciones entre semiótica y retórica, ya en la segunda, caracterizamos la obra del autor para proponer una definición del "sí-



contacto: amaya.arribas@itesm.mx



contacto: claudia.benassini@itesm.mx



Auspicia Revista Razón y Palabra Proyecto Internet Instituto Tecnológico de Monterrey ITESM - Campus Estado de México contacto: marisaavogadro@uolsinectis.com.ar

TE
RECOMENDAMOS

mismo monsaíta” como sistema semiótico; usamos los recursos de la semiótica greimasiana, en concreto, de su modelo actancial para definir la representación y visibilidad de Monsiváis como acto social. Por otro lado, se presentan algunos rasgos generales en el estilo del autor y finalmente se realiza un comentario sobre la ironía y algunos modos de presencia de esta figura en el libro de crónicas más recientes del autor titulado Apocalipstick.

LIBROS

JÓVENES MUNDOS MEDIÁTICOS Y AMBIENTES CULTURALES. LOS TIEMPOS DEL TIEMPO: LA CIUDAD, BIOGRAFÍAS MEDIÁTICAS Y ENTORNOS FAMILIARES.

Héctor Gómez Vargas

Promoción de la Cultura y la Educación Superior el Bajío, A.C. Universidad Iberoamericana León.

EL ESTILO ARTÍSTICO REFLEXIÓN E INSTRUCCIÓN BREVES SOBRE SU PRECEPTIVA CLÁSICA

Arturo Zárate Ruiz

LA REVOLUCIÓN EN KROPOTKIN. ESTUDIO DESDE LA SOCIOLOGÍA FENOMENOLÓGICA

Jesús Civit

Tesis doctoral para obtener el grado de Doctor en Sociología por la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.



LOS INMIGRANTES Y EL NECESARIO CAMBIO SOCIAL EN EL PAÍS ANFITRIÓN, ESPAÑA.

David Caldevilla Domínguez

El poder de la comunicación se centra en producir cualquier tipo de cambio en el receptor, esperando siempre que sea positivo. Esto es necesario para que una sociedad evolucione y progrese. Los inmigrantes se encuentran rodeados de prejuicios racistas y xenófobos que hacen que su país anfitrión se muestre como reticente a su incorporación, debido a una cultura arcaica que unos quieren dejar atrás y otros constantemente arrastran hacia nuestro presente. Los medios de comunicación y la comunicación interpersonal han de desempeñar un papel importante para que se produzca un cambio social positivo a este respecto.

EL ROL DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN DE ESTADO

Javier Esteinou Madrid

Con la valiente resolución jurídica que tomó la Suprema Corte de Justicia de la Nación al declarar inconstitucional la Ley Televisa presenciamos un evento de enorme trascendencia histórica que contribuyó significativamente a recolocar nuevamente a principios del nuevo milenio al Estado nación como instancia rectora de proceso de comunicación del país frente a las fuerzas monopólicas de la posmodernidad tecnológica y política. De esta forma, a partir de los fundamentos constitucionales la Corte se enfrentó con firmeza y soberanía a los poderes fácticos informativos que habían erosionado drásticamente la esencia, la soberanía, la centralidad, y la misión del Estado mexicano como cerebro dirigente de la comunidad al finalizar el siglo XX y comienzos del siglo XXI y reivindicó el sentido fundamental de la existencia y acción del Estado en el proceso de construcción del proyecto de comunicación colectivo desde los postulados nacionalistas de la Constitución Mexicana.

AO VIVO: TELEVISÃO E PUBLICIDADE NOS ANOS 501. LIVE: TELEVISION AND ADVERTISING IN THE 50'S.

Hilton Castelo

Este artigo analisa aspectos teóricos da televisão ao vivo, na perspectiva de Machado (2009), Eco (2006) e Priolli (1985), relacionando-os com a mensagem comercial ao vivo feita por meio de garotas-propaganda na década de 1950. O corpus de estudo é constituído de artigos e colunas escritas por publicitários e veiculados na revista Propaganda, em 1956, partindo-se da premissa de que a escolha pela publicidade ao vivo não se deu exclusivamente pela falta de recursos técnicos para a gravação, mas, também, por opção consciente do que se imaginava à época ser adequado à comunicação publicitária.

TRIANGULACIÓN METODOLÓGICA: PARADIGMA PARA INVESTIGAR DESDE LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN.

Gloria Gómez-Diago

El objetivo de este texto es proponer y argumentar la adopción de la triangulación metodológica como el paradigma más adecuado para ser adoptado por la Ciencia de la Comunicación, pues posibilita el uso combinado de diferentes teorías de comunicación, de métodos y de técnicas de investigación, haciendo posible la obtención de investigaciones más ajustadas a la realidad comunicativa.

ALEJANDRO VERANO (editor)

Medios de comunicación en la Argentina

Diagnóstico y prospectiva

TOMO I

prometeo¹ EPO Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

contacto: verano@perio.unlp.edu.ar

ALEJANDRO VERANO (editor)

Medios de comunicación en la Argentina

Diagnóstico y prospectiva

TOMO II

prometeo¹ EPO Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

contacto: verano@perio.unlp.edu.ar



Participación de Amaia Arribas y Octavio Islas
Coordinación Alejandro Piscitelli
Publicó Telefónica, Argentina
contacto : apiscite@well.com

CONCEPCIÓN DE CIUDADANÍA EN LAS TEORÍAS LATINOAMERICANAS SOBRE COMUNICACIÓN DE MASAS
Esteban Llaguno Thomas

El artículo formula una interpretación de las teorías latinoamericanas sobre comunicación de masas, a partir de la perspectiva de los estudios culturales y de la visión crítica. Dicha interpretación, realiza un planteamiento sobre la concepción de ciudadanía en ambas.

CONSTRUÇÃO PUBLICITÁRIA COMO REFORÇO DO PRECONCEITO RACIAL NO BRASIL

Márcio David Macedo da Silva

Este artigo tem como objetivo discutir de que forma o racismo, amplamente debatido nos meios de comunicação pode ser praticado de forma sutil, aproveitando-se do discurso publicitário que, com a justificativa de que apenas reproduzir em suas criações os sentimentos ou desejos latentes na sociedade em que está inserido, pode reforçar e estimular atitudes preconceituosas e racistas. O estudo tomou como corpus da discussão um anúncio impresso, publicado na revista de bordo Gol Linhas Aéreas e produzido pela agência de publicidade AlmapBBDO. A partir da construção publicitária do anúncio é possível analisar como o racismo pode ser reforçado por meio de construções publicitárias aparentemente inofensivas.

INFOMERCIAL, UM COMERCIAL COM FORMATO DE PROGRAMA DE TV
Fernanda Pacheco de Moraes Guevara Malvestiti

Como um gênero de comercial de resposta direta e instrumento do marketing direto televisivo, o infomercial tem como aspecto essencial a divulgação de produtos supostamente inovadores e originais em um tempo maior de veiculação. A interpelação ao telespectador caracteriza-se, fundamentalmente, por um discurso informativo que visa provocar uma resposta imediata, concretizada sob a forma de um pedido por telefone ou internet, uma consulta para obter informações sobre produtos ou uma visita ao ponto-de-venda. A proposta deste artigo é identificar e compreender o emprego particular da linguagem verbal, visual e sonora que caracteriza esse tipo de abordagem. Além disso, busca-se observar as estratégias que são adotadas com vistas às formas de interação com o público-alvo. Para atingir os objetivos descritos elegeram-se a Polishop como objeto de estudo, intencionando conhecer as estratégias utilizadas pela empresa para prender a atenção do telespectador e tentar promover uma mudança de comportamento, fazendo-o sair da condição de mero contemplador para responder aos estímulos impostos nas peças televisuais. A investigação é pautada no potencial comunicativo dos infomerciais sob a ótica do emissor.

JORNALISMO AMBIENTAL, ENVELHECIMENTO DEMOGRÁFICO E UNIVERSIDADE ABERTA À TERCEIRA IDADE: A TESE DO EMPODERAMENTO.

Pedro Celso Campos

A sociedade está envelhecendo. Esta pauta vai se tornando presente, cada vez mais, na rotina dos meios de comunicação. Os futuros jornalistas devem ser sensibilizados para este fenômeno que envolve importante processo de mudança. Um dos caminhos pode ser o estudo das técnicas de empoderamento e formação de Capital Social, através das novas Tecnologias de Informação e Comunicação –TIC, ou seguindo o exemplo das Universidades Abertas à Terceira Idade que estão surgindo em todo o mundo. Neste artigo estudamos o caso do Programa Universitário para Mayores, da Universidade de Sevilha (Espanha).

LA TELEVISIÓN FRANQUISTA ANTE EL ESPEJO. EJEMPLOS SOBRE LA FICCIONALIZACIÓN AUDIOVISUAL DE LA TELEVISIÓN EN LA ESPAÑA DE LOS AÑOS SESENTA Y SETENTA.

Carlota Coronado Ruiz

José Carlos Rueda Laffond

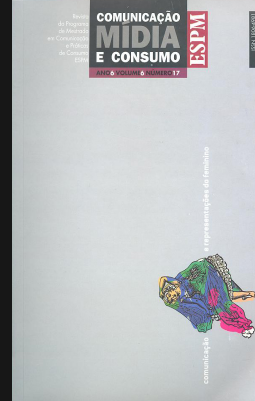
Este trabajo examina dos ejemplos de evocación narrativa sobre la televisión. El estudio centra su atención en la representación del medio y en su impacto social en España, entre los años sesenta y setenta. Esta cuestión es abordada a través de un análisis cualitativo de contenido. Dicho análisis aborda dos ficciones audiovisuales: la película Historia de la televisión, y el telefilm El televisor. Ambos ejemplos destacan la importancia de la televisión como un factor activo en la cultura popular de este período histórico. Como principal conclusión, el estudio considera que, a pesar de sus notables disparidades valorativas, ambas narrativas plantean un marco común de interpretación: el poder social del medio, desde una mirada reflexiva sobre los modos de consumo.

RASGOS DE PERSONALIDAD Y GRATIFICACIONES DE JÓVENES USUARIOS DEL CHAT.

Paulina Mosqueda Rodríguez

Verónica García Martínez

El presente artículo aborda el tema de la personalidad y las gratificaciones de los usuarios del Chat; ambas tienen su base en variables psicológicas aunque con diferentes enfoques y dimensiones (individual y social). Se trata de un estudio de caso realizado entre ocho jóvenes usuarios frecuentes del chat que obtienen gratificaciones de esta forma de comunicación. En un ejercicio metodológico se combina una técnica behaviorista como es el test, con una interpretativa como es la entrevista. El objetivo fue, por un lado, identificar los rasgos de personalidad de estos sujetos, para



contacto: rossana@espm.br



contacto: patriciaduranmx@hotmail.com



contacto: cferman@udec.edu.mx

saber si había coincidencias o regularidades entre ellos, y por otro, los tipos de gratificaciones que consiguen por medio del Chat.

THE IMPORTANCE OF CORPORATE REPUTATION OF A MEXICAN PACKAGING PRODUCER IN BUILDING CUSTOMER RETENTION *Lorena Rodríguez Péreztrejo*

The purpose of this study is to explore the factors that determine the link between a corporate reputation and customer retention. It was found that in previous researches financial analysts, competitors, customers and employees are the most common stakeholders included in the corporate reputation studies. Nevertheless, the present approach incorporates the former customers' perspective as a crucial element, by capturing their experience, their reasons for leaving and the present image that they hold related to the particular Mexican packaging supplier featured. Hence, a review of the specific concepts and closer relationships such as corporate image linking to customer loyalty was taken as a reference to build a particular outcome in this case study.

A REPRESENTAÇÃO DO ATO DE FUMAR NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO ETHOS. ACT OF SMOKING IN THE CONSTRUCTION OF ETHOS. *Hilton Castelo*

O objetivo deste artigo é analisar imagens do enunciador e do co-enunciador, em um discurso de natureza não-verbal que tenha o cigarro como elemento comunicacional emblemático, sustentando-se na sintaxe do ver, conforme Landowski, e na teoria do ethos, na perspectiva de Eggs, Amossy e Maingueneau. Para tanto, a partir de foto jornalística veiculada numa coluna social do jornal Folha de S.Paulo, discutem-se os regimes de visibilidade, a construção do ethos e sua força comunicacional, a cena da enunciação, para, enfim, analisar o ato de fumar em um ethos específico.

CONSENSO DE WASHINGTON E COSMOPOLÍTICAS NA ATUALIZAÇÃO DOS SENTIDOS NA AMÉRICA LATINA *Sebastião Guilherme Albano da Costa*

The essay seeks to point out the main issues that led political and cultural history during Latin American last 20 years. With an integrating point of view, this text gathers economic and politic themes in order to describe great culture figures within the period. The coming of new information and communication technologies, the rise of new great accounts such as globalization, multiculturalism and so on are related to politics that have not to do with traditional nation state limits, that provoked nationalism, and are concerned to improve cosmopolitics measures.

NIÑOS NATIVOS DIGITALES EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO: ACERCAMIENTOS CONCEPTUALES A SUS COMPETENCIAS *Armando Martín Ibarra López* *Dania Eliza de la Llata Gómez*

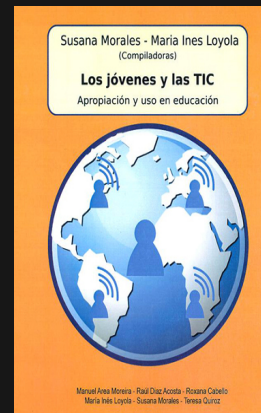
El artículo será abordado desde los diferentes enfoques por los que ha sido desarrollado el tema de la educación mediática e informática de los niños que conviven en el contexto de la sociedad de la información y del conocimiento. Se hará una descripción sobre el papel que juega Internet en esta sociedad caracterizada por la mediatización, las relaciones por redes y la tecnologización de las interacciones, y donde el conocimiento y la información han obtenido un valor incalculable. Es en este espacio social donde se ha podido constatar que las nuevas generaciones están recreando un nuevo lenguaje más virtual y más mediatizado. En este trabajo se caracterizarán a los niños de esta era como nativos digitales, de acuerdo a la caracterización de diversos autores. Sin duda el desarrollo de nuevas competencias para interrelacionarse es parte de los cambios en sus procesos educativos y lúdicos que los ha llevado a modificar actitudes y perspectivas de sus relaciones y desarrollo como personas. Se explicarán los principales enfoques teórico-metodológicos que están surgiendo en las ciencias sociales, para explicar este nuevo contexto en que el desarrollo de los niños se está viendo afectado por procesos educativos y lúdicos más virtuales y mediáticos.

INFOTENIMENTO: AS INTER-RELAÇÕES ENTRE ENTRETENIMENTO E NOTÍCIA NAS GRADES DE PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO BAND NEWS FM CURITIBA *Alexandre Lara*

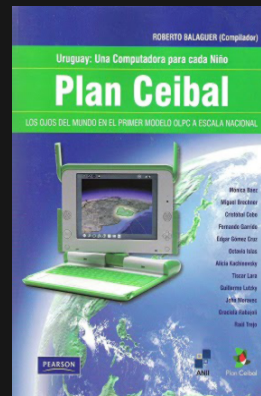
O objetivo deste artigo é verificar as dimensões entre entretenimento e notícia apresentados nas grades de programação da rádio Band News FM Curitiba. Para tanto, vamos examinar as técnicas jornalísticas empregadas no discurso radiofônico, e as representações midiáticas acionadas a partir do fenômeno do infotainment. Um de nossos objetivos específicos nesta investigação é analisar as tendências do jornalismo nas rádios all news, e assim verificar como o entretenimento está presente no noticiário radiofônico. O estudo partiu da premissa de que o entretenimento é uma tendência do radiojornalismo nas emissoras all news, e que possivelmente seria alavancado pela evolução e popularização das Tecnologias em Comunicação e Informação (TIC's). A metodologia de pesquisa utilizada é híbrida, abarcando entrevistas com profissionais da área, especialistas, análise de conteúdo dos flashes locais das 20h às 23h, e pesquisa bibliográfica. O estudo está fundamentado no conceito de Infotainment, utilizado pelos teóricos como Fábila Angélica Dejavitte (2006), Itania Maria Mota Gomes (2009), Luiz Artur Ferrareto (2001), entre outros.



contacto: susumorales@yahoo.com.ar



contacto: susumorales@yahoo.com.ar



contacto: rbalaguer@proned.com.uy

Historial de libros



Este artículo analiza el sistema televisivo de Guatemala, profundiza en la evolución centrada en la televisión comercial. Muestra cuáles han sido las razones para que la televisión se haya desarrollado solamente como empresa privada. Analiza los canales más importantes, no sólo desde su perfil empresarial y de audiencias, sino también desde su motivación ideológica y su tendencia monopolística. A través de las entrevistas a los delegados de los canales Canal 3, Canal 7 y Guatevisión se conoce la manera en que cada uno entiende y opina sobre la situación de la televisión en Guatemala

CINEMA E HISTÓRIA DA ARTE: UMA PARCERIA NA COMPREENSÃO DO REPERTÓRIO CULTURAL
Maria Cristina Mendes

O artigo trata da relação estabelecida entre o cinema hollywoodiano e a história da arte, em sua construção de pontes didáticas que possibilitam o interesse do estudante pelas imagens pictóricas. São mencionadas peculiaridades de alguns filmes, a fim de apontar as estratégias pelas quais o repertório da cultura ocidental é apropriado pelo cinema. Evidencia-se o imaginário coletivo construído a partir de apropriações históricas como Cleópatra, bem como são elucidadas algumas peculiaridades das biografias filmadas, explícitas nos filmes de Van Gogh e Frida Kahlo. São também citados alguns filmes, tais como Batman e Um lugar chamado Notting Hill, nos quais as pinturas assumem um papel relevante no desenvolvimento da narrativa. Em tempos onde a distância entre o repertório da arte parece se distanciar do interesse do aluno, busca-se, através de uma mídia popular, ou seja, o cinema de massas, esclarecer que a cultura atua como elemento diferencial para uma melhor compreensão e fruição da vida cotidiana.

LA POPULARIZACIÓN DEL VÍDEO EN INTERNET. DEL VIDEOCLUB A YOUTUBE EN HTML-5.
David Polo Serrano

Estudio descriptivo derivado de la expansión de los formatos de video en Internet. Se analizarán los elementos videográficos que lo componen desde una perspectiva cronológica hasta llegar al año 2005, donde explodian los portales de filosofía 2.0 dedicados a la presentación y subida gratuita de productos multimedia. Seguidamente se pondrán las bases para comprender la evolución acaecida en el último lustro, donde los medios de comunicación y las webs de orientación multimedia se han desarrollado con un claro enfoque visual. Para finalizar se presentarán las perspectivas futuras, donde se prevé una cerrada batalla por la implantación del códec bajo html-5.

REALIDAD LABORAL DE LA PSICOLOGÍA EN CHILE Y LA V REGIÓN: ¿LIBRE MERCADO O DIGNIDAD HUMANA?
Cristian A. Venegas Ahumada

El objetivo de la investigación es interpretar el campo social discursivo sobre el rol de Estado y mercado en Educación Superior Universitaria como contexto para analizar la realidad laboral de la Psicología en Chile y la V Región. La metodología es un análisis estructural de discurso. El corpus está compuesto por 6 entrevistas en profundidad a psicólogos/as y un discurso de Michelle Bachelet e "Instituto Libertad y Desarrollo". Se han encontrado 3 ejes temáticos: I. Podrían / No deberían existir normas en el futuro para regular la oferta de carreras de Educación Superior. II. La sobreoferta de titulados/as, consecuencia de un libre mercado sin regulación, aumenta la precariedad laboral y vital. III. El Colegio de Psicólogos no realiza reivindicaciones para el respeto de derechos que motiven la pertenencia al Gremio. La Psicología se enseña mayoritariamente en Universidades Privadas, la profesión se ejerce como "trabajo no decente", existe discriminación laboral negativa hacia las mujeres. Se vulneran los Derechos Humanos de psicólogos/as, consecuencia del sistema económico neoliberal y la adscripción implícita predominante a la teoría funcionalista en Educación Superior. En conclusión el Estado debe regular la oferta de las carreras universitarias supeditándola a las necesidades reales de las regiones y del país.

INFOTAINMENT Y PERCEPCIÓN CIUDADANA DE LA POLÍTICA: EL CASO DE POLÒNIA
Carme Ferré Pavia
Catalina Gayà Morlà

Con esta investigación, centrada en un programa de sátira política líder de audiencia de la televisión pública de Catalunya (TV3), se aportan datos tanto de los efectos del infotainment, un tema candente y polémico en la academia, como del contexto concreto de la percepción que Polònia genera de la política y de los políticos catalanes y españoles. Con una encuesta de calle a mil personas, otra a los seguidores del programa a través de la web del mismo y dos grupos de discusión (uno de trabajadores y otro de representantes institucionales), hemos implicado en total a 1.985 personas. La gran cantidad de resultados se ofrece en unas conclusiones globales que aúnan los obtenidos con las tres herramientas metodológicas. Se confirma el poder del infotainment para generar cambios sobre esa percepción política sin llegar a tener afectación electoral.



O marketing interno desenvolve um programa voltado para o mercado interno da companhia que faz um paralelo e combina com o programa voltado para o mercado externo de consumidores e competidores. Entende-se que essa ferramenta potencializa a eficácia nos resultados e contribui para o desenvolvimento regional. Este estudo tem como objetivo compreender a importância das estratégias de comunicação interna para a tomada de decisões e para a construção de cultura pro ativa. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica como base teórica contida por um conjunto de pensamentos de vários autores sobre os assuntos relacionados ao tema em estudo; e a pesquisa de observação, com a análise dos canais de comunicação direcionados aos públicos internos do UNIFACEF, Centro Universitário de Franca e na efetividade da comunicação estabelecida entre eles. Os resultados obtidos apresentam o foco da instituição em comunicação informativa e normativa e assinala uma oportunidade para o desenvolvimento de atividades de comunicação interna expressivas na busca de maior equilíbrio entre as redes formal e informal, bem como no aprendizado da cultura pro ativa dos públicos envolvidos.

IZQUIERDA Y DERECHA DIGITAL. ALGUNAS IMPLICACIONES POLÍTICAS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Gulomar Salvat Martinrey

En el contexto de las nuevas condiciones de una sociedad globalizada dominada por las TIC, la política tradicional parece estar sufriendo importantes modificaciones. El artículo repasa algunas de ellas como la desaparición de viejas ideologías, emergencia de nuevos temas en la agenda política, nuevos actores y nuevos procedimientos de participación y/o de dominio. La pregunta que queda pendiente es si la izquierda y la derecha pueden seguir definiéndose respecto de las posiciones frente a una revolución que es en este caso tecnológica y no política.

RESPOSTA SOCIAL MUDIATIZADA OBSERVAÇÃO DO FENÔMENO A PARTIR DO BLOG DIÁRIO DE UM PM

Firmino Júnior

Com a intenção de discutir a midiática da resposta social em meios hipermediáticos, este estudo propõe a compreensão de fenômenos que emergem da teoria inicialmente articulada pelo professor José Luiz Braga, sobretudo, tentando adaptá-la à compreensão das redes sociotécnicas. Como objeto empírico foi escolhido o blog Diário de um Policial Militar, coordenado pelo blogueiro/tenente Alexandre de Sousa e pelo jornalista Flávio Henrique e que, também a partir do agendamento midiático e das interações interpostas no blog, consegue responder socialmente e de maneira midiática a algumas veiculações dos meios de comunicação massivos. Esse tipo de interação possibilita perceber como é a relação da mídia de massa com corporações restritas, mas que sentem a necessidade de —agir/ na/pela/contra os meios de comunicação midiáticos.

DEMOCRACY IN INDIA, TO AVOID 'A MILLION MUTINIES'

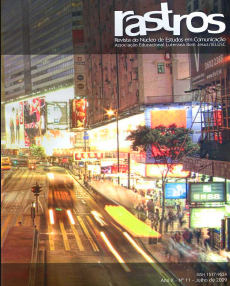
Miguel Angel Lara Otaola

This essay will evaluate democracy's success both by democracy in its own right- according to its minimum definition- and, given India's particular context, by democracy as instrumental for the peaceful resolution of conflicts and for holding the country together. When evaluated by democracy's minimum definition and procedural conditions Indian democracy is successful. However, fulfilling these procedural conditions is not enough for measuring the general success of Indian democracy. Given India's particular context as a country with many languages, cultures, religions and social structures with tensions between them, an evaluation of democracy as an instrument for conflict prevention and resolution is a must. In this respect, democracy, as a system of rights that protects, incorporates and respects minorities, allows expression and is responsive to citizen's demands, is effectively instrumental, and thus successful, for the peaceful resolution of conflicts. However, Indian democracy still has many challenges. When democracy stops listening and responding to people's demands, starts going against freedoms and rights, and doesn't respect minorities, conflicts arise. Therefore, for preventing these conflicts and avoid „a million mutinies“ (Naipaul, 1990), democracy has to work. It is in the combination of these two features (democracy measured by its definition and as instrumental) where Indian democracy's success lies.

PARADIGMAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA WEB 2.0

José Patricio Pérez Rufi
Francisco Javier Gómez Pérez

La Web 2.0 ha focalizado la atención en el usuario, ya no sólo como punto terminal de la comunicación social, sino también como productor de contenidos, equiparado en cuanto a posibilidades de creación y difusión con los medios convencionales. Democratizado pues el acceso a la producción y distribución audiovisual, el usuario vierte los paradigmas de la comunicación mediática tradicional para establecer unas nuevas bases ante las que la producción convencional tiene que definirse y adaptarse si no quiere quedarse al margen de la última revolución mediática. El objetivo de este artículo es reflexionar acerca de los cambios que en la creación, divulgación y acceso a los contenidos audiovisuales se han producido desde el



Resumen de políticas de la APA para citas y referencias bibliográficas

Comunicación y la Telaraña Cultura Masiva La Seducción de la Imagen Mundo Convergente

"Ciberpolítica: El uso del Internet durante las campañas presidenciales latinoamericanas del año 2006"

Filosofía, Cultura y Sociedad

La Clase Cínica

Normatividad mexicana en materia de Comunicación

Razón y Palabra Proyecto Internet - Cátedra de Comunicación Digital Estratégica

Tecnológico de Monterrey
Campus Estado de México
Carretera Lago de Guadalupe, Km 3.5
Col. Margarita Maza de Juárez
Atizapán de Zaragoza Estado de México
C.P.52526

punto de vista del usuario en su relación con las industrias culturales. Para ello aplicaremos a nuestro objeto de estudio concreto los diez paradigmas definidores del nuevo espacio comunicativo estipulados por el profesor José Luis Orihuela. La convergencia digital de medios hará coincidente con otras industrias culturales no audiovisuales las conclusiones a las que llega nuestro estudio.

LA MARCA CIUDAD Y EL USO DE LA WEB 2.0 COMO FILTRO DE LA REALIDAD Y PREVENCIÓN DE UNA CRISIS

María José Ramos Ostio

Con la llegada de las nuevas tecnologías se ha producido un acceso masivo e instantáneo a la información en cualquier parte del mundo. Las organizaciones privadas y públicas no han tardado en darse cuenta de la importancia de la presencia de sus respectivas imágenes a través de la Red. Las ciudades tampoco han tardado en sumarse a la causa, siendo la creación de marca ciudad, una técnica de comunicación cada vez más usual en la comunicación institucional. Cada vez es más frecuente encontrar campañas de comunicación basadas en la imagen de una ciudad, las cuales, están formadas por medios convencionales que se apoyan en la Web 2.0 para presumir de la interactividad y el alcance masivo de su campaña de comunicación. Sin embargo, resulta paradójico observar que en estas páginas, la información que podemos encontrar viene a ser algo incompleta y no se corresponde con la realidad actual de la propia ciudad.

EL LENGUAJE: HERRAMIENTA DE RECONSTRUCCIÓN DEL PENSAMIENTO

Iván Ríos Hernández

La idea de que el lenguaje ha transformado la conciencia humana porque permite el desarrollo de nuevas formas de pensamiento y la adquisición de conocimientos, nos lleva a buscar una explicación teórica sobre las relaciones existentes entre el pensamiento, lenguaje y su posible relación en la determinación de acciones de un receptor. En este escrito se presenta un análisis teórico sobre algunos conceptos que componen el lenguaje y su potencial injerencia en los procesos de comunicación social.

LA FORMACIÓN DE VALORES A TRAVÉS DE LA TRANSVERSALIDAD CURRICULAR

Dulce Guillén

Leticia Cuevas

En este artículo se presenta una propuesta educativa, la cual tiene la finalidad de concientizar a las instituciones formadoras de Personal de Salud en especial de las Enfermeras, de la importancia que tiene la incorporación de los "valores" de manera transversal dentro del currículum de las futuras profesionales. Los temas transversales se plantean como contenidos que hacen referencia a problemas de gran trascendencia, que se producen en la actualidad, y frente a los que es indispensable la toma de decisiones para la solución de los mismos, por ello a través de esta propuesta pretendemos que las y los estudiantes cuenten con la capacidad para adoptar actitudes y comportamientos basados en valores que los transforme en personas y profesionales que puedan afrontar las necesidades del nuevo siglo.

LA COMUNICACIÓN RITUAL COMO MECANISMO DE SOCIALIZACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES: IDENTIDAD Y REGULACIÓN

Alejandra Elizabeth Urbiola Solís

Ángel Wilhelm Vázquez G.

La comunicación ritual se utiliza en contextos particulares dentro de una organización y tiene como objetivo el desarrollar espacios para crear consensos y fomentar la identidad organizacional. Su estudio permite comprender el proceso de socialización y construcción de la realidad organizacional compartida.

CINE CUBANO NO PÓS-PERÍODO ESPECIAL: A CINEMATOGRAFIA DE JUAN CARLOS CREMATA MALBERTI

Ana Paula Silva Ladeira Costa

O artigo pretende compreender as principais circunstâncias sociais, políticas e culturais que definem o atual cinema cubano e, especialmente, a obra de Juan Carlos Cremata Malberti. Para tanto, realizou-se uma análise comparada de duas importantes obras cinematográficas do diretor: Nada (2001) e Viva Cuba (2005). Através dela, observaram-se aspectos comuns como a presença de elementos da linguagem televisiva, a influência da cultura e da história de Cuba na narrativa e a relação dos personagens com sua pátria. Neste sentido, compreende-se que a situação sócio-econômica do país após o período especial relaciona-se com os filmes do diretor na narrativa e na história de vida dos personagens, bem como com a necessidade de se realizar filmes em co-produção com outros países.

EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2009. EL DESARROLLO DE LA PROFESIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN EUROPA

Ángeles Moreno

El European Communication Monitor (ECM) es un estudio extensivo periódico para seguir las tendencias en relaciones públicas y gestión de la comunicación y analizar el escenario cambiante para la profesión en Europa. La edición de 2009 se ha llevado a cabo con la colaboración de académicos de once universidades europeas, la European Public Relations Education and Research Association

Teléfonos:

Larga Distancia: 52-55-55-86-45-61-3
Interior de la República: 02-55-58-64-56-13
Cd. de México y Área Metropolitana:
58-64-56-13

Director

Dr. Octavio Islas Carmona
octavio.islas@proyectointernet.org

Dirección adjunta

Paloma Trujano Alvarado
ptrujano@proyectointernet.org

Mauricio Huitrón

mauricio@proyectointernet.org

(EUPRERA) y el apoyo de la European Association of Communication Directors (EACD). El ECM 2009 identifica las principales características de los profesionales europeos de relaciones públicas y las organizaciones en las que trabajan, para explorar los retos de la gestión de comunicación ante la recesión económica y la crisis de medios. Conecta esta situación excepcional con las disciplinas, los instrumentos de comunicación y los temas estratégicos, así como la influencia de los profesionales en las decisiones corporativas y sus roles ejecutivos. Además, esta edición evalúa más en profundidad las tendencias en tres ámbitos específicos de la profesión: comunicación interna, evaluación y comunicación interactiva.

ANIMACIÓN JAPONESA Y GLOBALIZACIÓN: LA LATINIZACIÓN Y LA SUBCULTURA OTAKU EN AMÉRICA LATINA

Tania Lucía Cobos

La globalización suele entenderse como la “occidentalización” del mundo, sin embargo, esto no es así. En el marco de este suceso se generan otras dinámicas como la que se analiza en este ensayo, la latinización del anime y manga, productos culturales provenientes de Japón y el surgimiento de la subcultura otaku, todo lo anterior, gracias a los procesos constantes de desterritorialización, reterritorialización e hibridación.

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS ESTEREOTIPOS PRESENTES EN “THE BIG BANG THEORY”

Ilse Josefina Guerrero González

Iris Janet González Leal Resumen

Se realizó un análisis de contenido de la serie The Big Bang Theory en búsqueda de estereotipos presentes en la cultura norteamericana que se reflejaran en sus personajes. Como resultado, se encontró que existen algunos estereotipos latentes respecto a género y etiquetas sociales hacia el grupo de los “nerds” o “geeks”, que corresponden en gran medida a la representación que desde hace años han tenido en la cultura popular.

LA AGENDA DIGITAL PROPUESTA POR LA COORDINACIÓN GENERAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO.

Octavio Islas

Amaia Arribas

Texto publicado en la Revista Etcétera, en su edición 114, mayo de 2010

De 2000 a 2009, ninguno de los coordinadores generales del Sistema Nacional e-México (Julio César Margáin y Compeán, Javier Pérez Mazatán, Alejandro Hernández Pulido y León David Pérez Hernández) fue capaz de poder definir una agenda digital para perfilar el rumbo de México hacia la sociedad de la información y el conocimiento. Para intentar disimular tan rotundo fracaso, León David Pérez, último coordinador general del Sistema Nacional e-México, con la anuencia de Luis Manuel Enrique Téllez Kuenzler -entonces titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)-, a comienzos de 2009 gestionó el cambio de nombre de la Coordinación General del Sistema Nacional e-México, la cual desde comienzos de 2009 se denomina Coordinación de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

MAX PAYNE: CINE NEGRO Y PESADILLAS EN EL MEDIO INTERACTIVO

Antonio José Planells de la Maza

El videojuego se ha convertido en el contenedor de referencias posmodernas más importante de nuestro tiempo. Influenciado por el cine, la televisión y el cómic, el videojuego constituye un mundo propio donde las referencias cross-media son constantes. El presente artículo de investigación indaga en la construcción de espacios interactivos e intertextuales a través del análisis del videojuego Max Payne y su relación con el género de cine negro y el mundo onírico de David Lynch. La metodología se centra la construcción de personajes, espacios de juego, reglas de juego y componentes estéticos y su relación con referencias externas.

CIDADE RE-SIGNIFICADA: UMA TRÍADE ENTRE O REAL, O FICCIONAL E O IMAGINÁRIO

Lais Romero Pancote

O propósito deste artigo é refletir sobre novas formas de interação entre as cidades, enquanto espaços eletrônicos, e seus atores sociais. Leva-se em consideração que a cidade não se caracteriza mais como um suporte publicitário, ela se caracteriza como uma grande mídia, proporcionando aos seus habitantes diferentes possibilidades de construção de um imaginário sobre sua própria identidade. Para tanto serão apresentadas algumas imagens de algumas cidades veiculadas no Google Street View. Trata-se de resultados da pesquisa em desenvolvimento “Cidade e Imaginário: novas configurações do espaço para as interações comunicacionais”, que se inicia com o estudo da relação entre o contexto urbano e publicidade exterior, e se estende às diferentes formas de manifestações publicitárias, analisadas fora do epicentro das mídias.

FORÇAS SOCIAIS EM TENSÃO: O CASO MST E JORNAL DO ALMOÇO (RBS TV)

Fábio Souza da Cruz

O estudo investiga as relações entre o telejornal Jornal do Almoço (JA), da RBS TV (emissora da Rede Globo de Televisão), com a produção de sentido de integrantes do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra). A pesquisa adota como marcos

teórico-metodológicos, os pressupostos de Douglas Kellner (2001), Roland Barthes (1971) e Jesús Martín-Barbero (1997). O corpus do trabalho abrange edições do JA que contemplaram o Movimento durante o mês de março de 2009. O objeto empírico da investigação constitui-se a partir de um grupo de assentados que foi reunido no assentamento —PitangueirasI, localizado no interior do município de Canguçu, a 298 Km de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul.

ENVIRONMENT, CLIMATE CHANGE AND CIRCULATING DISCOURSES
IN CHILE

Veronica Stoeckel

Through a qualitative and Critical Discourse Analysis of three Chilean newspapers and the discursive context in which they are being distributed, an examination has been undertaken of how issues, which according to scientific findings are directly linked to environmental problems and/or climate change, have been addressed, or not addressed, within this medium. The results of the analysis reveal the ideological significance of "the absent", as well as the way by which the commodification-process operating within this medium creates a certain order of discourse.

CAUSAS Y AZARES DEL PERIODISMO DE OPINIÓN. LOS PROBLEMAS
PRÁCTICOS

Orlando Villalobos Finol

En el trabajo se amplía el horizonte conceptual del periodismo de opinión, se valoran sus posibilidades, se delinea el compromiso del periodismo con la comunidad y de quienes lo ejercen. Las ideas que se formulan se nutren del enfoque que ubica a la comunicación como un recurso para pensar, para crear, y como un área específica de producción de conocimiento. Se busca pluralizar las figuras del comunicador y demostrar que éste no se agota en su condición de informador. Al mismo tiempo, se muestran y enumeran las trabas y dificultades que rodean a este tipo de periodismo, entre ellas, la política editorial de los medios masivos, la falta de compromiso con los usuarios y la publicidad disfrazada. Metodológicamente, se aplica una perspectiva epistémica cualitativa y se hace una medición cuantitativa del medio impreso, para verificar el espacio dedicado a este periodismo. En sus conclusiones, el trabajo formula una serie de ideas claves para ganar un periodismo de opinión que sea fuente de democracia, de equidad, de cultura de paz y que haga posible la construcción de ciudadanía.

"RESPUESTAS REALES DE GENTE REAL". DILEMAS, SOPORTES Y
CONTRADICCIONES DE LA SUBJETIVIDAD Y LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA. EL CASO YAHOO RESPUESTAS.

Claudio Guillermo Avilés Rodilla

La subjetividad es una sustancia densa que expresa las pautas sociales distribuidas en la cultura y las condiciones objetivas de existencia de los individuos. Se considera que la subjetividad siempre está llena de lo social, por ello, y en una búsqueda inversa, se parte de la hipótesis de que en los productos culturales industriales masivos es posible encontrar rasgos de la subjetividad, que a su vez permitirán trazar configuraciones sociales contemporáneas. Así, en este trabajo se analizará el producto web comunicacional "Yahoo Respuestas"; un dispositivo de la tecnología Web 2.0, que tiene como objetivo posibilitar instancias de interacción entre sujetos de todas partes del mundo que necesitan encontrar respuestas a una infinita y variada red de interrogantes de la vida cotidiana. A partir de dicho análisis, se demarcarán claramente algunas de las características de la sociedad contemporánea que se expresan desde las narrativas subjetivas, y permiten corroborar diversas apreciaciones propuestas por los teóricos sociales.

LA MUJER Y EL MAGUEY EN IQUE VIVA MÉXICO!

Basilio Casanova

Abordamos en este artículo el análisis detenido de un episodio del film de S. M. Eisenstein ¡Que viva México! Deletreamos el vínculo entre la presencia de la planta del Maguey que da título al episodio y la figura en él determinante de la mujer.

AGENDA SOCIAL. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Y
GOBERNABILIDAD

Sandra Castillo

El concepto de Responsabilidad Social sostiene entre sus principios la idea de que el Estado no puede atender por sí solo todos los desafíos que plantea el desarrollo de una sociedad; por lo que se requiere de la colaboración mancomunada de las empresas y las organizaciones sociales. El concepto plantea un cambio de cultura, que redefine las relaciones entre el sector privado, estado y la sociedad civil, sugiriendo que los empresarios se involucren personalmente en la actividad de las organizaciones del sector social, así como que las empresas contribuyan con las organizaciones del sector social mediante asistencia técnica, financiera y de asesoramiento. La clave del nuevo paradigma es lograr redefinir las relaciones entre los tres sectores y el rol de los consultores externos en empresas, gobiernos y organizaciones sociales.

(CORPO + MOVIMENTO) DANÇA = CORPOMÍDIA

Gisele Miyoko Onuki

Este artigo tem por objetivo refletir sobre o aceleramento da evolução tecnológica e sua relação reflexiva sobre/na/com a arte,

sobretudo sobre o corpo em movimento na contemporaneidade, abarcadas pelas imbricações tecnológicas e pelas questões corporais pensadas por Nietzsche e aplicadas no contexto sócio-cultural atual do corpo que dança, do corpo em movimento enquanto Corpomídia, produtor de comunicação, de pensamento como devir ou potência ativa.

SOMOS POBRES... PERO SOMOS MUCHOS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PARTIDOS POLÍTICOS Y CASTA EN LA INDIA
Alejandra Val Cubero

Los partidos políticos en defensa de los más pobres de la India como es el caso del DMK en el estado de Tamil Nadu y el BJP en el estado de Uttar Pradesh se han acercado a los medios de comunicación de muy diferente manera, el DMK estableciendo fuertes alianzas con la industria filmica y posteriormente con la televisión local y el BJP eligiendo un tipo de comunicación más directa y persuasiva. Otro ejemplo de la relación entre política y medios de comunicación es el caso de Phoola Devi o "la reina de los bandidos" convertida en un icono tras la emisión de la película sobre su vida.

O FILME 'ESTÔMAGO': O CASO DE UM VILÃO APROVADO
Angela Helena Zatti

Análise da construção do vilão aprovado. O que, em uma obra ficcional, persuade os espectadores a favor de um criminoso? Fundamenta-se em Roberto DaMatta (1997), dos personagens recorrentes nas dramatizações regulares, para definir o vilão aprovado. Analisa-se o vilão do filme „Estômago“ (Marcos Jorge, 2007) pela lente de Noël Carroll (2004), na sugestão de uma aliança entre personagem e espectador.

LA ESTÉTICA DE LA FRIVOLIDAD. MODA Y REPRESENTACIONES CONTEMPORÁNEAS
Lucía Elena Acosta Ugalde

La moda es un fenómeno social en el que confluyen múltiples factores ligados a procesos de globalización. Se trata de un mensaje comunicativo imbricado en los elementos que le dan origen, como proceso y producto de la cultura de la imagen. La moda es un sistema, emerge de la sociedad contemporánea donde se privilegia el valor de uso permeado por la influencia mediática. Así entendida, se trata de un complejo mecanismo de índole estético en el que el elemento clave es la frivolidad.