

ÍNDICE / CONTENTS

EDITORIAL

Dr. César Mejía Chiang.....	7
-----------------------------	---

COMUNICACIÓN & NUEVAS TECNOLOGÍAS / COMMUNICATION & NEW TECHNOLOGIES

Percepción ética del oficio periodístico. Realidad universitaria vs. realidad laboral.....	11
---	-----------

Ethical Perception for Journalistic Profession. Academic Reality vs. Occupational Reality

Constanza Hormazábal

Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación (Chile)

RELACIONES PÚBLICAS / PUBLIC RELATIONS

Dos caras de la responsabilidad empresarial. Relaciones entre Celsia y la comunidad de El Caney durante la construcción de la central Hidromontañitas	27
--	-----------

Two faces of Corporate Responsibility. Relationships between Celsia and the community of El Caney during the building of Hidromontañitas Hydroelectric Power Station

Ángela Preciado Hoyos

Universidad de La Sabana (Colombia)

PUBLICIDAD / ADVERTISING

La publicidad en el programa “En Surco la basura sirve” y su efecto socio-educativo en la recolección de residuos sólidos domiciliarios en el distrito de Santiago de Surco (2012-2013).....	45
---	-----------

Advertising in the program “En Surco la basura sirve” and its socio-educational effect in solid residues recollection in Santiago de Surco District (2012-2013)

Lilian Carranza Salanitro

Universidad San Ignacio de Loyola (Perú)

Estrategias publicitarias en escenarios culturales.....	63
--	-----------

Advertising Strategies in Cultural Scenarios

Enrique Mena García

Universidad Católica de Murcia (España)

Publicidad persuasiva del sector de la bollería en televisión.....	79
---	-----------

Persuasive Television Advertising in Bakery Sector

Mónica Matellanes Lazo

Universidad Europea Miguel de Cervantes (España).

La banalización del periodismo cultural.	
Show mediático y contenidos culturales en la prensa escrita peruana	97
<i>Banalization of Cultural Journalism.</i>	
<i>Media Show and Cultural Content in Peruvian press</i>	
Tomás Atarama-Rojas y Karold Rivera Ahumada	
Universidad de Piura (Perú)	
La socialización periodística o sobre los principios	
de producción de la creencia en la objetividad	117
<i>Journalistic Socialization or the Principles of Objectivity Belief Production</i>	
Pablo Schleifer	
Universidad Nacional del Comahue (Argentina)	
Arrevistamiento en el diseño de primeras planas de un diario generalista español.	
Las portadas del diario <i>Público</i>	137
<i>Magazine Design in Spanish Generalist Newspaper. Publico's Covers</i>	
César Mejía Chiang	
Universidad de San Martín de Porres (Perú)	
MEDIOS & SOCIEDAD / MEDIA & SOCIETY	
Comunicación y educación. Análisis de la demanda de egresados	
de la licenciatura en comunicación social en organizaciones	159
<i>Communication and Education. Demand Analysis for Bachelor's Degree Graduates in</i>	
<i>Organizational Social Communication</i>	
Alejandra María Gordillo	
Universidad Nacional de Chilecito (Argentina)	
La pseudocomprensión. Un acuerdo entre los medios y sus clientes	177
<i>Pseudo-understanding. An Agreement between Media and its Customers</i>	
Claudia Maya Franco	
Universidad de Medellín (Colombia)	
El cuerpo en la lingüística cognitiva. La metáfora conceptual y el <i>embodiment</i>	187
<i>The Body in Cognitive Linguistics. Conceptual Metaphor and Embodiment</i>	
Daniela Soledad Gonzalez	
Universidad Nacional de Cuyo (Argentina)	
Semblanzas de los colaboradores / Contributors references	197
Reseñas de tesis / Thesis reviews	203
Reseñas de libros / Book reviews	209
Normas de publicación / Publication standards	219